本社事務所　〒330-0081　埼玉県さいたま市中央区新都心 7-2　TEL：(048) 601-3700
本　　　社　〒112-8608　東京都文京区白山 5-35-2　TEL：(03) 3815-1121

http://www.clarion.com/

PRINTED WITH SOY INK

Clarion Report 2010

会 社 概 況● CSRレポート

クラリオン株式会社

クルマと地球の未来を拓く、環境先進企業をめざして

クラリオン株式会社
取締役社長　泉 龍彦

2010年に70周年を迎えたクラリオンは、創業以来、常にクルマ文化とともに歩み、音と情報と人間のより良きつながりを一貫して追求し続けてまいりました。その長い企業歴史のなかで培ったブランド戦略として、当社では「一人でも多くのクラリオンのファンをつくる」という目標を打ち出しています。「100人がクラリオンという名前を知っていることより、10人のコアなクラリオンファンがいる」ブランドをめざし、クラリオンは今後も世界に必要とされる企業として、お客様に大きな満足と喜びを提供し続けてまいります。

時流をいち早く捉えたグローバル戦略

今や世界経済は大きな変革期を迎えており、地球全体が多様な可能性を秘めたマーケットになりつつあります。クラリオンはこの変化をチャンスと捉え、企業体質変革の時期と位置づけています。経営資源の配分を成長エリアへシフトするなど、変化するグローバル市場にスピーディに対応できる体制の構築を推進。さらなる成長を可能にすると同時に、確固たる利益体質に生まれ変わることで、真の意味での"強い企業"へと変貌を遂げてまいります。

さらに当社では、近年の自動車産業において急速な成長を遂げている新興国市場など、成長市場を見極めた戦略を強化しています。安心・安全に関わる内容や共通ソフトの開発は日本で、アプリケーションやエンターテインメント関連の開発は海外で行うなど、いわば開発リソースの"仕分け"ともいうべき効率的な戦略を展開しています。全世界であらゆる環境が加速度的に変化しているなか、クラリオンは将来をしっかりと見据え、時代の先をいく製品をいち早く世の中に提供するとともに、新たなマーケット開拓を積極果敢に進めてまいります。

人と環境にやさしい次世代の商品開発

現在の市場トレンドは、従来の高機能商品から、お客様がニーズに応じて機能を拡張できるスタンダード仕様の商品へと移行しています。こうした世界的なスタンダード化の流れを受け、クラリオンでもいち早く市場ニーズの変化に対応した商品を世に出すべく、開発体制の強化を進めています。同時に、先進諸国の共通課題である高齢化社会の到来も踏まえ、当社では以前から安心・安全を提供する商品開発を追求してきました。車載カメラや画像処理技術による安全運転の支援に加え、ナビゲーションと車両制御を連動させた車両協調による安全運転なども実現しています。

また、当社ではハイブリッド車や電気自動車など、エコカーが主流になる時代を見据えた情報端末の開発を進めています。エコカーにはエネルギーフローの情報やチャージステーションへのナビゲート情報、スマートグリッド化に対応したネットワーク情報など、ガソリン車にはない大量かつ新たな情報が必要であり、それらの情報をコントロールする中心機器こそが、クラリオンの得意とする車載情報端末です。当社ではこの分野において複数のカーメーカーと共同開発を進めており、すでに一部の商品化にも成功するなど、他社を大きくリードするポジションを確保しています。

今後もさらにこれらの分野を強化し、安全かつ人や環境に優しい社会づくりに貢献してまいります。

持続型社会に向けた環境への取り組み

現在、地球が直面している最も重大な環境問題である温暖化は、国境を越えたグローバルな形で現れ、その悪化は異常なスピードで進んでいます。これらは生態系に対しても大きな影響を与えており、環境問題への取り組みは企業の社会的責任として重要性を増してきています。

クラリオンでは、この環境問題を経営課題として位置づけ、商品開発など企業活動全般にわたり環境経営を実践しています。当社がめざす「真に世の中から必要とされる企業」になるために、こうした環境への配慮や取り組みは企業の使命であると考えています。

さらに、ハイブリッド車や電気自動車などが注目されている今の自動車業界のなかで、クラリオンが担う車載情報通信機器においても、環境に対する機能や配慮など当社の役割がますます重要になっていくと考えられます。クラリオンはこうした世界的な状況を踏まえ、環境対応型製品を提供することで、社会の発展と地球環境保護に貢献してまいります。

ステークホルダーの皆様へ

お客様へ　お客様のニーズをいち早く察知し、先進的な機能を盛り込んだユニークな商品を提供してまいります。また、お客様に大きな満足と安心と喜びを感じていただけるような商品づくりに努めてまいります。

株主の皆様へ　クラリオンは、一昨年からの自動車を含めた世界的な危機的状況から立ち直りました。企業体質を根本から変え、筋肉質の企業に変貌を遂げており、今後もさらなる高い目標へとチャレンジし続けてまいります。

取引先の皆様へ　クラリオンはグループ一丸となって、電気自動車やネットワーク社会といった新たな領域に足を踏み出しています。市場環境の変化、グローバリゼーション、テクノロジーの進歩など、私たちを取り巻く状況が加速度的に変化するなか、いち早く将来の方向性を見いだし、市場の変化よりも早く動く体制を構築し日々行動しています。クラリオンでは今後も状況を先取りし、考え、迅速に行動してまいります。そして、さらなるClarion H.M.I.(Human Mobile Music Media Interface)、音と情報と人間のより良きつながりを追求してまいります。

クラリオン企業理念

基本理念

クラリオンは、音と情報と人間のより良きつながりを追求し、価値ある商品を生みだすことにより、豊かな社会づくりに寄与します。

経営姿勢

- 優れた製品とサービスを提供し、お客様に満足と喜びをおくる。
- 独自の発想と技術により、新たな価値を創造する。
- 個々の人間性と能力を尊重し、自由闊達な風土を作る。
- 人と社会と自然の調和を図り環境維持につとめる。
- 地域社会の発展のために、企業市民としての責任を全うする。
- 適正な利潤の確保により、継続的な成長を果たす。

行動指針

私たちは、

- 常に勇気を持って自らを革新し、高い目標に"挑戦"します。
- 常に新しい価値を生みだす夢と感動を"創造"します。
- 常に人々の信頼に応えるために、"誠意"を尽くします。

企業ビジョン

移動空間における音と情報通信のつながりを独自の発想と先進技術で、新たな領域まで進化させます。そして世界中のお客様へ安心・安全・快適・感動を提供していきます。私たちは業界の先端を走り続け、市場ニーズを的確に捉え将来にわたる成長をめざします。

clarion
Human Mobile Music Media Interface
Clarion HMI

Clarion H.M.I.（ブランドスローガン）
「Clarion Human Mobile Music Media Interface」
音と情報を移動空間に結びつけることで、もっと楽しく、快適な空間に進化させていく。クラリオンは、そのインターフェースとなることをめざします。

"Move Forward Unique Exciting" (ブランド行動指針)
一歩進んだユニークな着想と機をとらえた行動力で、ワクワクするカーライフを提案する。

会社概況 COMPANY PROFILE

「クラリオンは、音と情報と人間のより良きつながりを追求し、
価値ある商品を生み出すことにより、豊かな社会作りに寄与します。」
（『基本理念』より）

C O N T E N T S

● 会社概況
- 概要／財務ハイライト … P04
- グローバルネットワーク … P05
- 車載情報通信機器／車載音響機器／業務用車載機器／OEM主要お取引先 … P07
- 技術開発 … P09
- 品質管理 … P11
- 沿革 … P13
- コミュニケーション活動 … P15
- We are Clarion … P17

● CSRレポート
- CSRレポート … P19
- 環境レポート … P33
- 「クラリオンレポート2010」第三者意見 … P41

Clarion 概要

会社概要（2010年3月31日現在）

商　号	クラリオン株式会社 Clarion Co., Ltd.
本社事務所・技術センター	〒330-0081 埼玉県さいたま市中央区新都心 7-2 電話 048（601）3700
本　社	〒112-8608 東京都文京区白山 5-35-2 電話 03（3815）1121
設立年月日	1940年12月18日
資 本 金	26,100百万円
発行済株式総数	282,744千株
売 上 高	連結 174,762 百万円（2010 年3月期） 単独 131,707 百万円（2010 年3月期）
従業員数	連結 9,128 名 単独 1,502 名（※出向者は除く）
主要製品	カーナビゲーション、カーオーディオ、 車載用カメラ、映像機器、バス機器、通信機器

役　員（2010年6月25日現在）

取締役会長	川上 潤三
取締役社長	泉 龍彦
常務取締役	吉峰 徹郎
取締役	笠井 成志
取締役	川本 英利
取締役	金子 徹
取締役	河元 哲史
取締役	本田 恭彦
取締役	篠崎 雅継
常勤監査役	滝沢 克俊
監査役	藤村 一路
監査役	笹井 保大
監査役	山ノ川 孝二

＊取締役 川上潤三、本田恭彦および篠崎雅継の各氏は、社外取締役であります。
＊監査役 笹井保大および山ノ川孝二の各氏は、社外監査役であります。

主要取引金融機関

りそな銀行
みずほコーポレート銀行
三井住友銀行
三菱東京UFJ銀行

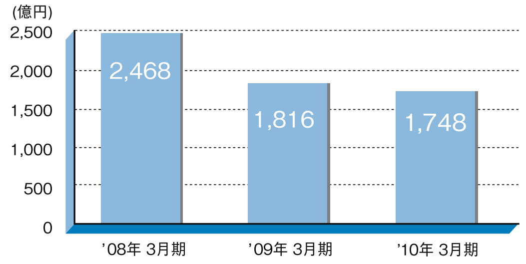
加盟団体

日本自動車車体工業会

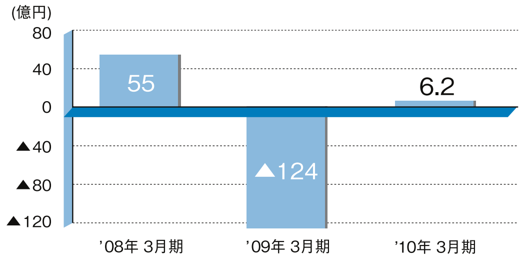
財務ハイライト

財務ハイライト（連結）

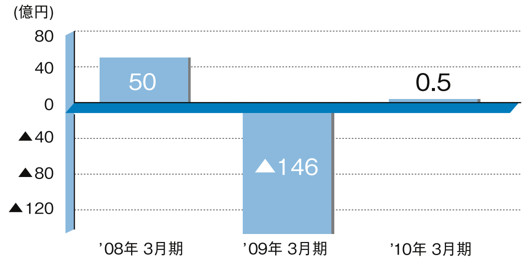
■ 連結売上高



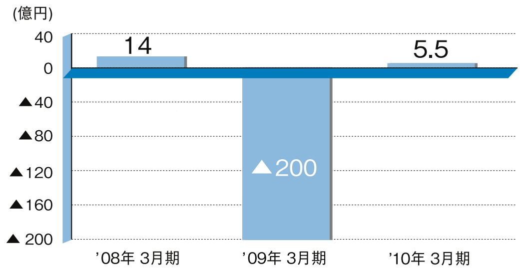
■ 連結営業利益



■ 連結経常利益

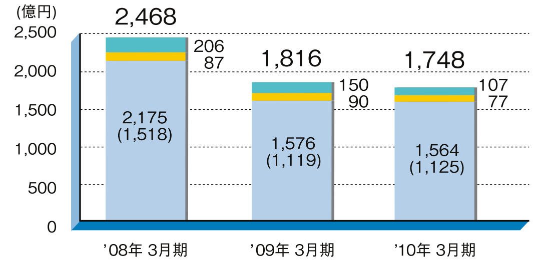


■ 連結当期純利益

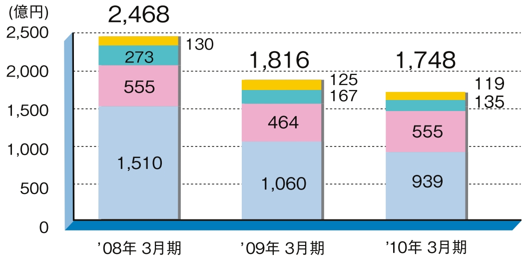


売上高内訳（連結）

■ 商品事業別



■ 地域別



世界中のニーズを網羅するクラリオンのグローバルネットワーク

クラリオン本社事務所･技術センター

クラリオンでは商品ドメインである車載情報通信機器を中心に、世界のマーケットをカバーする高度なグローバルネットワークを展開、さまざまな国や地域のニーズを的確に反映した高品質の製品･サービスにより、世界中のお客様と強固なリレーションシップを築いています。また、あらゆる地域において最新の商品･最高のサービスをタイムリーに提供するべく、常に顧客対応力や生産性の向上など現地体制の強化を推進しています。こうした継続的･積極的なグローバル戦略を背景に、「Clarion」ブランドはいまや世界のマーケットへ確実に浸透しています。

CGB

CED

CXEE（生産）

CEF (Head Office)

DCOE (Shanghai Office)

CXEE（開発）

主要拠点･関連会社（2010年4月1日現在）

<国 内>

クラリオン株式会社 (CT)
クラリオンセールスアンドマーケティング株式会社 (CSM)
クラリオンマニュファクチャリングアンドサービス株式会社 (CMS)
クラリオンアソシエ株式会社

<アメリカ エリア>

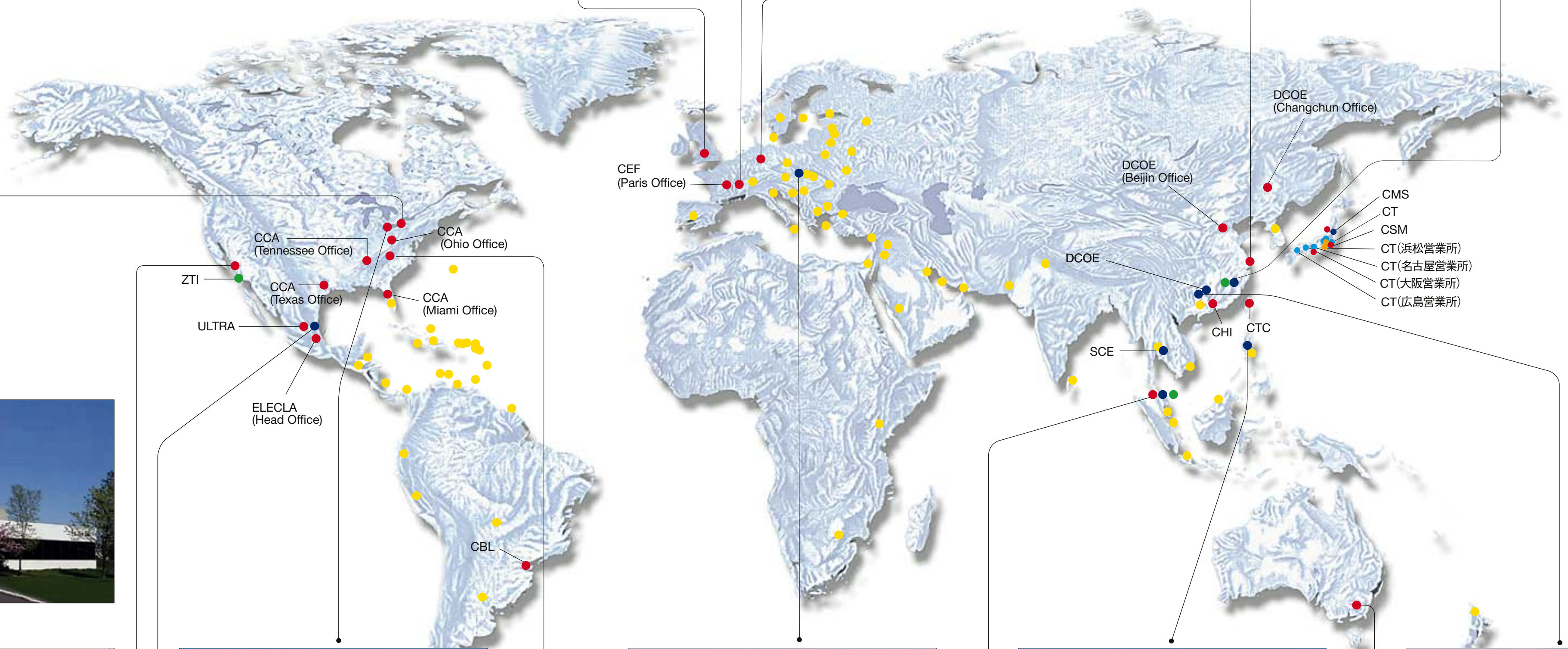
Clarion Corporation of America (CCA)
Zandiant Technologies, Inc. (ZTI)
Clarion Canada Inc. (CCI)
Electronica Clarion, S.A. de C.V. (ELECLA)
Ultra Industrial S.A de C.V. (ULTRA)
Clarion do Brasil Ltda. (CBL)

<アジア／オセアニア エリア>

Clarion (H.K.) Industries Co., Ltd. (CHI) (DDCE)
Dongguan Clarion Orient Electronics Co., Ltd. (DCOE)
Xiamen Clarion Electrical Enterprise Co., Ltd. (CXEE)
Clarion (Malaysia) Sdn., Bhd. (CM)
Crystal Precision (Malaysia) Sdn., Bhd. (CPM)
Siam CM Electronics Co., Ltd. (SCE)
Clarion Manufacturing Corporation of the Philippines (CMCP)
Clarion (Taiwan) Manufacturing Co., Ltd. (CTC)
Clarion Australia Pty. Ltd. (CAP)

<ヨーロッパ エリア>

Clarion Europe S.A.S. (CEF)
Clarion Europa G.m.b.H. (CED)
Clarion (G.B.) Ltd. (CGB)
Clarion Hungary Electronics Kft. (CHE)



- 販売会社
- 生産会社
- 開発会社
- クラリオン本社拠点
- 関係会社
- 販売代理店

CCI

CCA

CCA (Michigan Office)

CHE

CMCP

DDCE

ELECLA

CCA (Kentucky Office)

CM/CPM

CAP

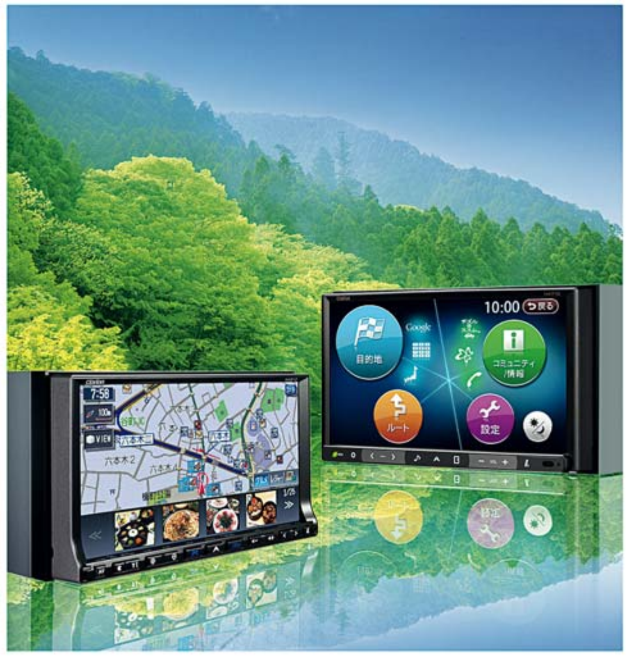
Business Outline

車載分野をリードする次世代プロダクト

世界中の情報がネットワークでつながる現代において、クラリオンではクルマに新たな感動と満足を生み出すClarionH.M.I.思想のもと、あらゆる音楽や情報がシームレスにつながる次世代の車室空間をめざしています。さらにはWebコンテンツとカーナビゲーションシステムとの連携、クルマの持つ将来的な可能性をも視野に入れた製品開発により、車載分野をリードしています。また2009年には、車載機器の豊富なOEM供給実績により高い技術力・技術資産を保有するザナヴィ※と合併。両社の英知を結集して完成した新プラットフォーム「NX710/110」をはじめ、ユーザーにより良い商品を提供する体制をさらに強化しています。常に時代の一歩先を見据え、クルマを知り尽くしたクラリオンならではの、車載機器に求められる理想の具現化。それは今後も絶え間なく進歩し続けていきます。

※ 株式会社ザナヴィ・インフォマティクス (Xanavi Informatics)

車載情報通信機器



環境に対する世界的な意識の高まりを受け、省エネやCO_2削減をサポートする「エコ運転アドバイス」をはじめ「省エネルート探索」「オンライン交通情報探索」など、環境に配慮した走りを実現する多彩な機能を実現。また、高い利用シェアを誇る「Googleマップ」やクラリオン地図情報サイト「チズルとススム」との連携により、カーナビゲーションの新時代を切り拓くインターネット連携機能を搭載しています。クラリオンは常に、市場トレンドにマッチしたユーザーニーズに応える商品開発や利便性を追求していきます。

CRASVIA

NX810
ワイド7型 VGA 2DIN 地上デジタルTV/DVD/HDD AV-Naviシステム

Smoo NAVI

NX710
ワイド7型 VGA 2DIN 地上デジタルTV/DVD/SD AV-Naviシステム

DrivTrax P10

DTR-P10
パーソナル ナビゲーション デバイス

NZ500
DVDマルチメディアステーション
7型タッチパネルコントロール
ビルトインナビゲーション

車載音響機器

iPodや音楽再生機能付き携帯電話などのオーディオプレーヤーと音楽配信の普及により、ユーザーの音楽の楽しみ方が多様化した現在、好きな音楽を自由なスタイルで楽しめるシームレスなメディア連携で革新的な音楽環境を実現しました。また、印象的で高級感のある「ブラックデザイン」や、指をスライドさせ直感的に操作するフロントパネルの採用など、ユーザーの「…してみたくなる」を追求しています。そして、長年にわたる独自開発の音響技術により、音へのこだわりも忘れていません。

CZ500
Bluetooth® CD/USB/MP3/WMAレシーバー

FZ709
Bluetooth USB/MP3/WMA/AACレシーバー

SRT1755S
17cmセパレート2WAYスピーカーシステム

CX400
2DIN CD/USB/MP3/WMA/AACレシーバー

APA4360
180W×4チャンネルパワーアンプ

APA2180
180W×2チャンネルパワーアンプ

業務用車載機器

車載カメラを用いた車両安全確認システムで確かな実績を誇るクラリオン。最先端技術を採用し、過酷な業務にも確実に高性能を発揮します。カーナビゲーションとの連動による安全運転サポートだけでなく、「フラッシュメモリドライブレコーダー」と連動することによる事故の原因解析や安全運転指導など、クラリオンの車載カメラは様々な利用シーンで活躍しています。また、耐久性と拡張性を誇る業務用ナビゲーションシステム「Solid Navi」は、通信によるカスタマイズや機能拡張で様々な業務をサポートします。

Solid Navi

UA-241A
「Solid Navi」
業務用車両向けカーナビゲーション

CJ-7000B
7型LCDカラーモニター

CC-2011U
小型CCDカラーカメラ（広角/鏡像モデル）

CA-6000
ネットワーキング オートガイドシステム
音声合成放送装置

CF-2500
フラッシュメモリドライブレコーダー

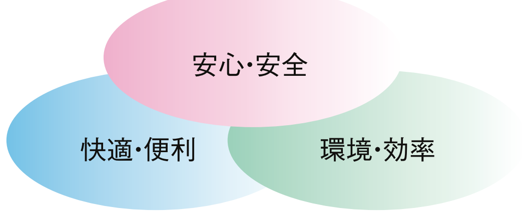
OEM主要お取引先

自動車メーカーとの連携は
確かな信頼性と技術力の証明

※ GoogleおよびGoogle マップはGoogle Inc.の登録商標です。
※ iPod is a trademark of Apple Inc., registered in the U.S. and other countries.
※ Bluetooth®はBluetooth SIG, Inc.の登録商標です。
※ CRASVIA®、Smoonavi®はクラリオン株式会社の登録商標です。
※ 「SDメモリーカード」はSDアソシエーションの商標です。

クルマの未来を切り拓く、技術開発への飽くなきこだわり

クラリオンでは、長年にわたり蓄積された卓越した技術力をもってお客様の期待にそうクオリティをご提供することで、車載機器専業メーカーとして確固たる信頼を築き上げてきました。そして現在、プラグインハイブリッド車、EV車の登場でクルマを取り巻く環境が激変するなか、当社では低炭素社会・つながる社会の実現のため「安心・安全」「快適・便利」「環境・効率」をキーワードに、妥協なき技術開発に取り組み続けています。



日立の「技術」を得た強力なシナジー体制

2006年12月、クラリオンは日立グループの一員となり、要素技術開発をはじめ、設計・購買・品質保証・生産などの課題へ共に取り組んでいます。また今後は、EV車などの普及に伴い、クルマ全体の電子化やスマートグリッドによる情報のセンター化が進むと同時に、その情報をユーザーにわかりやすく見せる車載ディスプレイ部の表示H.M.I.も重要になってきます。こうした状況のなか、社会インフラに強い日立と、車載H.M.I.や車両適合技術を強みとするクラリオンは、両社共通のゴールをめざした新たな価値協創により次代のクルマ社会の夢を実現していきます。

HITACHI Inspire the Next × clarion

快 適 ・ 便 利

つながる時代のオンラインネットワーク検索

インターネットの普及により「誰もが」「いつでも」最新の情報を入手できるようになった今、情報端末に求められるのは、情報を「どこでも」受け取れる機能です。その「どこでも」を実現するために、クラリオンのカーナビゲーションは「つながる」ナビへと進化します。クラリオンではインターネット検索で世界的なシェアを誇るGoogleといち早く連携し、ネット経由での最新スポット情報検索を実現。Google マップが保有する膨大な店舗・施設のデータベースをカーナビゲーション上でも利用できると共に、目的地検索や店舗情報のレビューについても、住所指定やキーワード検索などパソコンでの検索と同様の操作で行えるようになりました。例えば、連携機能のひとつ"Google マップ「ローカル検索」"では、カーナビゲーション画面からの操作で直接Google マップに登録されている施設情報を検索・表示が可能。また、パソコンで検索したGoogle マップの地点情報をSDメモリーカードや携帯電話経由でカーナビゲーションへ転送する" Google マップ「カーナビ連携」"を使えば、カーナビゲーションの目的地検索用データベースにはない最近できたお店や施設も手軽に探せます。さらに、こうしたGoogle マップ連携に加え、クラリオンの地図情報サイト「チズルとススム」ともオンラインで連携することで、全国から寄せられた投稿スポットをカーナビゲーションから検索することも可能になりました。

Googleピンによるポイント表示

ナビの登録地リストに追加

写真やレビューなど施設情報の表示も可能

車載地上デジタルTV受信技術

車載機のデジタルTV受信技術には、走行中の電波状況に対応するフェージング技術、受信エリアを拡大するダイバーシティ技術、中継局・系列局への自動切り替えなど、移動体特有の技術や機能が要求されます。クラリオンは日立製作所と共に、受信性能向上やデジタル信号復調の基礎技術開発、中継局切り替え時にも途切れない受信機能の開発など、お客様へ常にクリアな映像を提供する技術開発に取り組んでいます。

終わりなき音へのこだわり

車室内に理想的なリスニング環境を創出し、限りなく原音に近い音を再現するために、クラリオンはさまざまな音響技術の開発を行っています。車室空間は、限られた設置スペースや走行ノイズなど、ホームでのリスニング環境とは大きく異なります。このクルマ特有の過酷な環境や車種によって違う音場環境を克服するため、クラリオンではソースごとの音量のバラつきを自動調整し音量を最適レベルに保つ音量補正技術、圧縮時に失われた高音域を復元する高域補完技術、倍音付加により低音増強を行う低域補完技術、ボーカル成分の音像制御など数々の技術を実現。多くのカーメーカーとの長年の連携により培った車載音響チューニング技術はクラリオンの財産です。

「…してみたくなる」をデザインするH.M.I.開発

「さわってみたい」、「使ってみたい」など、人びとが感じる「…してみたくなる」という気持ちが私たちのH.M.I.開発の原点にあります。クラリオンでは、人間中心設計に基づくユーザー視点でのものづくりを推進し、IAUD(国際ユニヴァーサルデザイン協議会)への参画や、日立製作所デザイン本部や大学と共同でユーザビリティテスト等を行い、車載という特殊な使用環境において「多機能」と「使いやすさ」の両立を追求しています。これらの思想や活動の結果が、グッドデザイン賞受賞や日本人間工学会のグッドプラクティス事例認定、J.D.パワー使用実態・満足度調査最上位といった数々の評価につながっています。

新開発メニュー

目的地メニューのショートカットキー(入替え可能)

コミュニティ/情報メニューのショートカットキー(固定)

日本人間工学会グッドプラクティス事例に認定

NX609/NX309

シートキーの採用

直感的操作

安 心 ・ 安 全

高度化する車載カメラシステム

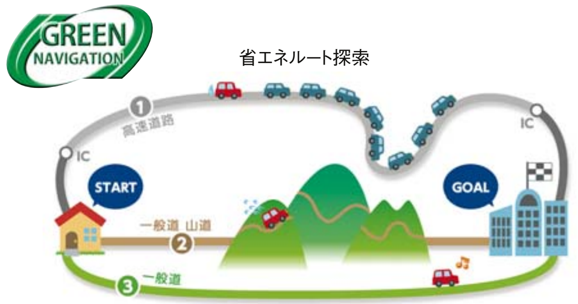
クラリオンでは、安全かつ安心して暮らせるクルマ社会の実現に向け、駐車や走行を支援するための画像処理・画像認識技術の開発に取り組んでいます。車載カメラを応用した全周囲俯瞰映像(OVM:Overhead View Monitor)や、水平画角が190°を超える超広角カメラ、CMOSセンサーを用いたCMOSカメラの開発に加え、超広角カメラでは、その画角の広さを活用した接近物体検知技術の開発も実施。また、車載カメラのさらなる小型化・低価格化および高機能化・高性能化をめざし、当社のナビ技術と日立製作所が保有する世界トップクラスの画像認識技術を組み合わせて、駐車時や走行時の安全運転をサポートするITS技術の高度化にも積極的に取り組んでいます。

環 境 ・ 効 率

地球環境を考えるエコドライブの実現

環境への負荷を抑え、限りある天然資源を大切に使うことがすべてのドライバーに求められる、これからの時代。クラリオンは地球にやさしい走りをアシストする技術・製品づくり「グリーン・ナビゲーション」コンセプトを推進し、より少ない燃料で走れるルートを予測走行パターンや地形情報などから探し出す「省エネルート探索」や、ゲームニクスを用いた「エコ運転アドバイス」などの機能を実現しています。「エコ運転アドバイス」は、ゲームニクスの考えのもとに開発した「もっと触れてみたくなる」「操作してみたくなる」新機能であり、楽しみながらエコドライブを実践できます。さらに、ナビに蓄積された「エコ運転アドバイス」のエコ履歴を「チズルとススム」に転送すれば、家のパソコンでも利用が可能です。これらの機能は、排出CO_2の削減やガソリン代の節約にもつながる、地球とドライバーにやさしい機能です。今後普及が見込まれるハイブリッド車やEV車では、エコルート(最小電費ルート)探索の計算ロジックが、従来のエンジン車とは大きく異なります。こうした次世代のエコカーにも対応すべく、クラリオンではエコドライブの開発を継続しています。

省エネルート探索



あらゆる条件を考慮して省エネルートを探索

- ●アクセルワークが頻繁になるような高低差があるか
- ●渋滞していないか
- ●目的地までの距離は短いか　等

例えば…
① 高速道路: 目的地まで早く着くが遠回り、かつ渋滞していて時間がかかる。
② 一般道: 直線距離は短いが高低差があり、アクセルのオン/オフが頻繁。
③ 一般道: 少しだけ遠回りだが、平坦な道のためアクセルのオン/オフが少なく、渋滞もないので早く着く。

エコ運転アドバイス

エコ運転の状況によって背景が変わります。

アドバイス/解説 <博士>
エコドライブを促したり、走り方をアドバイスしてくれる、頼りになる存在。

博士のトータルチェック　エコロジーチェック

リアルタイムな交通情報の提供

エコ意識が高まるなか、渋滞時のアイドリング中に排出されるCO_2の削減や燃費向上など「いつでもどこでも、高精度な交通渋滞情報がほしい」というニーズが強まりつつあります。クラリオンでは従来のVICS交通情報に加え、走行中のタクシーなどから集めたプローブ情報を活用し、日立独自の交通情報処理技術や渋滞予測技術により高品質な交通情報を提供します。またプローブ情報がない道路でも、日立の推定補完技術により、過去の統計情報と周辺道路の状況を分析して交通情報を高精度に推定・補完し、広範囲かつ安定的な交通情報を提供します。

ビジネスをサポートする業務用車載機器開発

長時間稼働などの過酷な条件や、事業者ごとに異なる用途・使用シーンといった業務用車両特有のニーズに応えるため、クラリオンでは2007年に「Solid Navi」を開発・販売。メカニズムを使わない高耐久性設計や、通信機器などの接続が可能な拡張性・発展性をはじめ、業務用における課題をすべて解決しています。さらに、PC用運行実績解析ツールの提供や、業界に先駆けた業務用ドライブレコーダーとデジタルタコグラフの一体化の実現など、お客様のニーズと共に進化する機器開発を通じて、今後も安心・安全や環境・効率に貢献するべく新規分野を開拓していきます。

※GoogleおよびGoogle マップはGoogle Inc.の登録商標です。
※ Bluetooth®はBluetooth SIG, Inc.の登録商標です。
※「SDメモリーカード」はSDアソシエーションの商標です。

変わりゆく時代に揺るぎない信頼を築く、妥協なき品質の追求

3次元CADシステム

熱帯から極寒地、砂漠地域から湿度100%の多雨地域まで、車載機器は、世界のさまざまな気候や環境で安定した性能を発揮しなければなりません。また、ここ数年、自動車業界の世界的な再編によって、品質・コストの面でも市場からさらに厳しい要求を迫られています。クラリオンでは、自社市販製品はもちろん、OEM市場においても、常にお客様のベストパートナーとして確かな品質を提供し続けるために、厳しい品質評価体制づくりに取り組み続けています。CADシステムによる精密なシミュレーション設計、試作評価、設計審査、試作品の品質試験など、「Clarion」ブランドの基準を満たすレベルに達するまで、今日も想像を超える過酷なテストと妥協なき品質評価が繰り返され、商品はお客様の手元へと届けられるのです。

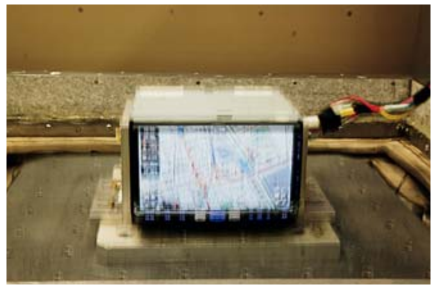
世界市場に認められる、新たな品質管理体制の確立

クラリオンでは、製品の動作確認用の検査機器のプログラミングをはじめ、凝縮した回路や小型化した部品の実装状態を調べるため、高精細カメラやX線機器を積極的に導入。生産ラインでは、国内から海外まで統一されたチェックオペレーションが採用され、世界のどのクラリオン工場でも同様の品質が保たれる体制が整備されています。また、世界の市場に対応するため、ISO9001を母体とした自動車業界固有の品質システムである国際規格ISO/TS16949を、すべてのクラリオングループ生産会社が認証を取得しています。
そのほか、取引先から自社までの一貫した品質管理体制や、グローバルに対応するサプライチェーンの整備など、「お客様満足と信頼の確保」をめざして品質保証体制の向上を図っています。

音場解析実験

カーシールド室

塵埃試験機


複合試験機（温度＋振動）

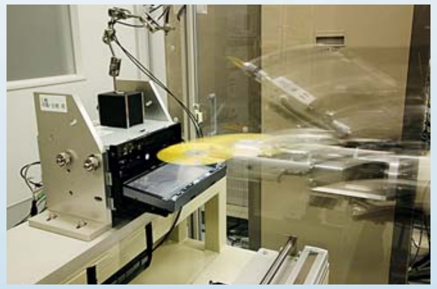
落下衝撃試験機

防水試験機

サーマルショック試験機

シールドルーム

自動測定室


自動繰り返し耐久試験機

電波暗室

ラトルノイズ評価装置

試聴室

2010年度
「J.D.パワー ナビゲーション・ユーセージ&サティスファクション・スタディ」で首位

2010年度
「2010 オートモーティブニュース PACEアワード」を受賞

2010年度
「FORD Q1品質認定」をDCOEが取得

2009年度
三菱から「VE最優秀賞」を受賞

「さいたま市テクニカルブランド企業」として認証

2009年度 NX509が
「iF design award china 2009」を受賞

2009年度
上海GMから
「2009 SGM エクセレント サービス サプライヤ」を受賞

2010年度
日野から「原価改善 優秀賞」を受賞

2010年度
スバルから「品質優秀賞」を受賞

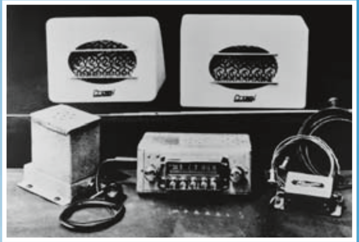
車載分野のフロントランナーから新時代の挑戦 者へ、次の未来を描き続ける

70th Anniversary

クラリオンは自動車産業の歴史とともに歩んできたといっても過言ではありません。日本初のカーラジオ、そして、日本初のカーステレオの発売など、車載機器の黎明期から業界のフロントランナーとして常に時代をリードし続けてきました。その企業スタンスは、ドライバーのニーズをしっかりと受け止めて確かな技術で応えること、さらに、豊かな創造力で常にユニークな製品を提案すること。カーラジオからカーAV、そしてカーナビへと時代が変わっても、これまで生み出してきた知的財産と企業理念を融合させ、クルマを中心とした移動空間すべてにおいて「音と情報と人のインターフェース」をめざして、「Clarion H.M.I.」を追求してまいります。

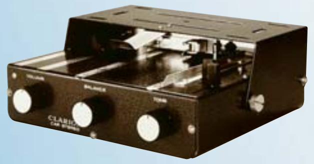
1940's – 1960's

1948 日本初 カーラジオ・バス用拡声装置を開発、発売



1951 日本初
クラリオン初の純正ラジオ
日野ルノー「ル・パリジャン」発売

1963 日本初
カーステレオを開発、翌年発売



1968 日本初
カセットカーステレオ発売

1970's – 1990's

1976
カセット編集デッキ
「ダビングX」発売

1981

カーステレオ
「City Connection」発売

1995 市販初
2DIN CD/カセット
一体機「ADX8155」発売

1996
1DINタイプ CD/DSPコントロール、
TV/AM/FMチューナー付5型
LCDアンプ「VRX8250」発売

1996 高性能・高音質CDセンターユニット
「DRX9255」発売

1993 日本初

ハイブリッドナビゲーション
システム「NAX-700」発売

1992 日本初
音声誘導式ナビゲーションシステム
（マップナレーションシステム）
NAC-200発売

1998 世界初
米マイクロソフト社と車載コンピュータ
「AutoPC」を共同開発
世界で初めて「Clarion AutoPC™」を
米国で発売

2000's – 2010's

2002 日本初
車載PC「AutoPC CADIAS™」発売
OSにWindows CE for Automotive採用
通信方式ナビ「Access Navi」採用

2008

地上デジタルTVチューナー-Bluetooth™内蔵
ワイド7型 VGA 2DIN /DVD/HDD AV-Naviシステム
「CRASVIA（NX808）」発売

2004 世界初
業務用車両用として世界初のLinuxと
Java™ J2ME CDCを搭載した
車載用情報端末を発売

2008
携帯通信端末「Clarion MiND™」
を北米で発売

2005 業界初
iPodフルコントロール機能搭載
1DIN AVセンター ユニット
「VRX755VD」発売

2007 世界初
業務用SDDナビゲーション
「Solid Navi」発売

2010

ワイド7型 VGA 2DIN 地上デジタルTV/
DVD/SD AV-Naviシステム
「Smoonavi（NX710）」発売

沿 革

1940 **1940年 12月**／東京都文京区白山前町21番地に白山無線電機株式会社を設立、電池式家庭用ラジオの製造を開始。資本金 18万円
1943年 11月／瀧澤無線電機工業 (株) を合併、帝国電波(株)と改称。

1950 **1951年 2月**／日本初のカーラジオを開発し、発売。
1958年 6月／カーラジオのアメリカ向け輸出に成功、今日のカーオーディオ輸出の基盤を築く。
1959年 5月／カーラジオが日産自動車より純正部品指定を受ける。

1960 **1962年 8月**／東京証券取引所市場第二部に株式上場。
1963年 10月／日本初のカーステレオを開発、翌年8月販売を開始。
1967年 9月／埼玉県戸田市に埼玉事業所を新設。
1968年 3月／日本初のカセットカーステレオを発売。
1969年 8月／大阪証券取引所市場第二部に株式上場。

1970 **1970年 2月**／東京証券取引所・大阪証券取引所市場第二部より第一部に上場指定替。
1970年 4月／東京都渋谷区道玄坂に本社事務所を設置。
1970年 12月／商号をクラリオン(株)に改称。
1970年 12月／マレーシアに合弁で初の海外工場(CM)設立。
1975年 6月／クラリオンガールをスタートさせる。アグネスラムが初代グランプリに。
1976年 8月／業務用カラオケ “カラオケ 8”及びカセット編集デッキ “ダビング X”を発売。
1978年 10月／福島県郡山市に東北事業所を設置。

1980 **1980年 11月**／東京都渋谷区渋谷に本社事務所を移転。
1983年 7月／フランス工場(CF)設立。
1983年 11月／群馬県邑楽郡に群馬事業所設立。／メキシコに生産会社 (ELECLA) を設立。
1987年 7月／カー CD CD5000発売。
1989年 10月／フィリピンに生産会社(CMCP)を設立。

1990 **1992年 2月**／日本初の音声誘導式ナビゲーションシステム NAC-200発売。
1993年 4月／ SS無線モデム技術基準適合証明を国内ではじめて取得。同時にモデムの発売。
1995年 1月／香港管理会社(COC)設立。
1995年 3月／クラリオン全事業所でISO 9001取得。
1995年 4月／中国に生産会社(DCOE)設立。
1996年 5月／ VICS対応カーナビ発売。
1997年 4月／浜松営業所設立。
1997年 10月／ハンガリーに生産会社 (CHE)を設立。
1998年 1月／米マイクロソフト社と車載用パソコン Clarion AutoPCを共同開発。
1998年 12月／世界ではじめてClarion AutoPCを、アメリカにて販売開始。
1999年 8月／ ETC（自動料金収受システム）を日立製作所と共同開発。
1999年 12月／仏シトロエンに「オートPC」をOEM供給開始。

2000 **2000年 3月**／クラリオン販売 (株) 設立。
2000年 4月／ ISO14001国内5事業所にて取得。
2000年 12月／日立製作所、クラリオン、ザナヴィ・インフォマティクスの3社で合弁会社の(株)HCX社を設立。

01 **2001年 5月**／東京都文京区白山に本社事務所を移転。
2001年 8月／クラリオンスカラーシップ MEDAMAをスタートさせる。
2001年 10月／有料道路自動料金収受システム (ETC)用の車載器を発売。
2001年 11月／東京モーターショーにAutoPC CADIAS（カディアス）を出展。

02 **2002年 3月**／北米向け衛星ラジオ受信機を発売。
2002年 9月／埼玉県戸田市に本社事務所を移転。
2002年 10月／クラリオン東北製造にクラリオン自機生産部、クラリオンロジスティクスを統合し、社名をクラリオン・エム・アンド・エル（株）に変更。
2002年 12月／日本初の車載コンピュータ『AutoPC CADIAS』発売。

03 **2003年 2月**／世界初、後方確認用俯瞰カメラシステム（真上から見た映像を表示）を日産自動車向けに納入。
2003年 6月／ HDD(ハードディスクドライブ）搭載 AVナビゲーションシステムを発売。
2003年 8月／中国・上海GM社へCDカーオーディオを納入開始。
2003年 10月／日産情報サービス「カーウイングス」に対応した、HDD搭載AVナビゲーションを発売。

04 **2004年 2月**／業務用車両用として世界初のLinuxと Java™ J2ME CDCを搭載した車載用情報端末を発売。
2004年 6月／市販 2DINサイズとして業界初となる 7型モニターおよびHDD搭載AVナビゲーションを発売。
2004年 7月／業界初、路線バス向け停留所名表示器用FM文字多重放送チューナーを発売。

05 **2005年 1月**／業界初、モニター画面上の仮想 iPodで、iPod本体操作可能なAVセンターユニットを北米で発売。
2005年 3月／ポルシェ・ジャパン全車種へ AVナビゲーションを展開。
2005年 5月／業界初、国内向けにiPod対応 AV一体型 HDDナビゲーションを発売。

06 **2006年 6月**／中国、北米の市販市場にカーナビゲーションを初投入。
2006年 7月／全国の観光地を動画で紹介する国内最大規模の旅・ドライブ情報サイト「Movieum」オープン。
2006年 12月／（株）日立製作所が親会社となる。

07 **2007年 1月**／（株）ザナヴィ・インフォマティクスを100%子会社とする。
2007年 1月／トヨタ車にカーオーディオを初めて納入（ダイハツ受注生産）。
2007年 4月／バスロケASPサービスを開始。
2007年 7月／業務用車両向けカーナビゲーション「Solid Navi」（CQ-8000）を開発し、販売を開始。
2007年 8月／本社事務所をさいたま新都心へ移転し、名称を「本社事務所・技術センター」に変更。
2007年 12月／ DVDワイド 7型AVセンターユニット「VRX935VD」と6ディスクDVDチェンジャー「VCZ625」（米国モデル）がNASA、国際宇宙ステーション（ISS:International Space Station）に採用される。

08 **2008年 6月**／ハイクラスHDDナビ「CRASVIA」シリーズ、メモリータイプSDDナビ「Smoonavi」シリーズを発売。
2008年 11月／携帯通信端末 Clarion MiNDを北米で発売。

09 **2009年 4月**／ 100%子会社の（株）ザナヴィ・インフォマティクスを吸収合併。
2009年 4月／クラリオン販売 (株)をクラリオンセールスアンドマーケティング (株)に社名変更。
2009年 7月／三菱自動車の電気自動車（i-MiEV）にSDDナビを初めて納入。
2009年 10月／ 2009年 5商品がグッドデザイン賞を受賞。

2010 **2010年 1月**／インド、タタ・モーターズ「ナノ」にカーオーディオを納入。
2010年 4月／クラリオン製造プロテック (株)とクラリオンサービス (株)を統合し、社名をクラリオンマニュファクチャリングアンドサービス (株)に変更。
2010年 5月／エコ運転アドバイス、省エネルート探索などの新機能を搭載したカーナビ「Smoonavi」シリーズ 2010年モデルを発売。

戦略的でグローバルなコミュニケーション活動が、人と 企業と社会を結ぶ

いくつもの国や地域、さまざまな文化やマーケットトレンド…。クラリオンの活動領域がグローバル化するに従って、お客様とのコミュニケーションの重要性はますます高まっています。企業姿勢の周知、ブランドの認知、製品情報の提供や新技術のPR、広告・宣伝などのプロモーション活動、ポータルサイトの拡充など、クラリオンでは世界各国のステークホルダーに向けて多岐にわたる活動を展開。「Clarion」ブランドをコアにしたグローバル戦略、地域性を重視したローカライズ戦略をバランスよく融合し、社会との良好な関係を築くためのコミュニケーション活動を積極的に進めています。

2010年
「2010 International CES
（コンシューマーエレクトロニクスショー）」に出展
（アメリカ・ラスベガス）

2010年
「SEMA Show」に出展
（アメリカ・ラスベガス）

2010年
「JC DISTRIBUTORS 2010」に出展
（プエルトリコ）

2009年
「東京モーターショー2009」に出展
（東京）

2010年
「全国バス事業者大会」に出展
（東京）

2010年
「My Special Car Show」に出展
（イタリア・リミニ）

2009年
「MedPi 2009」に出展
（モナコ）

2010年
「CRM event」に出展
（マレーシア・ペナン）

2010年
「Clarion Distributors Conference 2010
（アジア代理店会議 2010）」を開催（マレーシア・ペナン）

2009年
「中国Tech Show（技術展示会）」を開催
（中国・東莞）

2010年
「2010 Dealer Kick-off Show」に出展
（カナダ）

2009年
「Tech Show（技術展示会）」を開催
（東京）

2010年
「Delhi Auto Expo」に出展
（インド・デリー）

2010年
「2010 Clarion 新商品展示会」を開催
（東京）

ブランドの誇りと情熱を胸に、世界中で活躍するクラリオンスタッフ

優れた企業とは、高い志をともにする人材の集合によって成り立つもの。豊富なグローバルネットワークを展開するクラリオンでは、世界各国に「Clarion」ブランドを代表する顔として活躍する社員達がいます。誰もが自らの仕事に誇りと責任を持ち、世界各国のお客様とよりよい関係を築くために日々努力しています。その一人ひとりの存在こそがクラリオンの価値をさらに高め、未来へ飛躍するための確かな礎となっています。

クラリオン英国でセミOEM営業のアカウント・マネージャーをしているミシェル・ドゥーランです。以前から取引のある大手カーメーカーのお客様への対応とマリーン、建築、農業機械、電気自動車などの広い分野での新規ビジネスの開拓が私の仕事です。クラリオンには1996年から勤めていますが、世界中の仲間達から色々学ぶことができ、また楽しみを共有できるとても楽しい仕事です。もしイギリスに来たらぜひ声をかけてください。

クラリオン英国
ミシェル・ドゥーラン

現在、大手量販店の本部営業を担当しておりますが、当社は量販店舗以外にも、カーディーラー・特機向けの営業や、最近はレンタカーやリース向け企業への営業にも力をいれており、まさに国内市販は任せろ!のグループ企業です。入社20年になりますが「個人プレーよりチームプレー」そんな価値観を付けてくれるこのグループは最高の職場です。今後もチームに迷惑をかけないように個人のレベルをあげ、職務に邁進したいと思います。

クラリオンセールスアンド
マーケティング株式会社
中桐　宏

私はカーメーカーへのナビゲーション・オーディオ・カメラの新規提案・受注活動、既存ビジネスのフォロー等を行っています。数年後に市場に出るクルマづくりに携わる事ができるのはこの仕事の醍醐味でもあり、携わった製品を街で見かけた時は自然と嬉しくなります。

名古屋営業所
上野　健太朗

クラリオン台湾に入社してから19年目、営業担当4名の5人体制となっていますが、今後の課題としては、営業部の組織再編などにより営業効率を改善し、全体の業務能力を拡大し、市場データに基づく戦略的な商品企画/宣伝広告の立案をめざし、新規顧客の開拓や商品企画能力の向上など意識改革を推進したいと思います。

クラリオン台湾
盧　振呈

私たちの職場は大手カーメーカー、クラリオンアメリカなど国内外向けのオーディオ、ナビゲーション、カメラ、スピーカーなどの生産計画、供給業務を担当しています。職場は13名で構成され、平均年齢41歳。事務所の電話は1日150回を超え、毎日が活気に満ち溢れています。そのような中でも営業の販売機会損失を無くすため、①タイムリーに製品を供給する。②日頃から人間関係を良くして、さまざまな調整業務をこなし、「生き馬の目を抜く」心境で頑張っています。

SCM推進部（郡山）
会田　稔

クラリオン中国（ドンガン）生産管理部出荷促進課の石立君と申します。2007年入社後、欧州、第三地域向けの出荷管理を担当してきました。営業の出荷指示に基づき、出荷手配を行い、関係書類を作成することが主な業務内容です。クラリオングループの最大工場として、船出荷拡大による航空運賃削減など利益を向上させるのが我々の使命です。部長や課長のご指導の下、毎日責任感を持って、出荷促進及び業務の改善に取り組んでおります。仕事を通じて、皆様と交流するのを楽しみにしております。

クラリオン中国（ドンガン）
石　立君

こんにちは!クラリオン中国（ドンガン）生産技術部の鈴木宏幸です。クラリオン中国（ドンガン）での生産量はクラリオン全体の半数以上をも誇り製品種類も多岐に渡るため、毎日が目まぐるしく過ぎて行きます。既に駐在期間も5年が過ぎましたが習慣など異なる為、まだまだ慣れず毎日が新しい発見の連続です。最近では、ローカルスタッフとの親睦を深める為にアフター5に近所の体育館にてバドミントンを楽しんでいます。

クラリオン中国（ドンガン）
鈴木　宏幸

実験部で車両適合性の評価をしております。セットに不具合が出ないよう、正確かつ迅速な評価をめざしております。入社して1年たちました。まだ、わからないこともたくさんあります。早く一人前になれるよう、がんばります。

実験部
山岡　美香

ザナヴィOEM営業・ザナヴィ欧州OEM営業を経て、クラリオンフランスにて、アフターマーケット営業として、北欧・東欧を中心に約20か国のマーケットを担当しております。少しでも多くのお客様にクラリオンの製品に触れて頂けるよう、様々な拡販活動に取り組み、売上を伸ばすのが私のミッションです。昨今の経済情勢は大変厳しいですが、業務を通して様々な文化に触れ、充実した毎日を送っています。

クラリオンフランス
名取　大輔

ノーラ・ジャーファーです。クラリオンマレーシアには1990年に入社しました。過去10年間、色々な仕事を経験しましたが、その後、輸出営業部門で働く機会を与えられました。難しい分野ですが、これからも仕事を通じて会社の成長に貢献していきたいと思っています。

クラリオンマレーシア
ノーラ・ジャーファー

私は1998年9月にシドニーに拠点を置くニュー・サウス・ウェールズのセールスマネージャーとしてクラリオンオーストラリアに入社し、2004年6月にOEMのポートフィット（港湾装着）担当のナショナル・セールスマネージャーに昇進してメルボルンの本社に移ってきました。私たちのチームは国内の取引先から高く評価されています。私たちのめざすものは取引先、一般のお客様に業界トップのサービスを提供し、それを維持することです。未来に向け情熱を持って「Clarion」ブランドを盛りあげていくつもりです。

クラリオンオーストラリア
ジョン・フラー

私は3年半ほど前、ナビ担当のアカウントマネージャーとしてザナヴィに入社しました。現在大手カーメーカー向けのナビゲーションとオーディオの販売の責任者をしています。私のチームは見積り・発注、プログラムのマネジメントやカーメーカーのディーラートレーニングへの支援など多岐にわたる仕事を扱っています。クラリオンチームの一員であること自体ワクワクすることですが、今後クラリオンがいっそう発展していく一助になれればと思っています。

クラリオンアメリカ（デトロイト）
キャサリン・ウィンダース

こんにちは!クラリオン香港のIPO（国際購買部）のクレメント・イップです。私は色々な工場からの引き合いへの見積りや納期管理の責任者をしています。市場の状況は年々厳しくなって来ていますが、忙しくやりがいのある毎日です。この場をおかりして日頃お世話になっている皆さんにお礼を言いたいと思います。

クラリオン香港
クレメント・イップ

私は蘇燕寧と申します。今年入社11年目、現在は生産管理部で主に受注出荷管理を担当しています。顧客要求満足、輸出経費削減達成、また、英語・日本語のレベルアップに日々努力しています。出荷ロス及びミスを発生させていない事を誇りに感じています。また、お客様と調整の結果、出荷費用が削減できたときは嬉しいです。これからもクラリオンの発展が続くことを願っています。アモイは天気が良く風景が美しく人がとても親切で人気がある所です。アモイの鼓浪嶼餡餅も美味しいですよ。一度は来てみてください。

クラリオン中国（アモイ）
蘇　燕寧

クラリオンブラジルでロジスティックス・マネージャーをしているパオラ・ジョリーです。責任範囲は販売管理・企画、輸出入、国内の購買、梱包・発送と多岐にわたります。もちろん全てのお客様の注文の調整、納期内の納品の保証も仕事の一部です。クラリオングループの中でも団結力、チャレンジ精神と能力を持ったブラジルチームの一員であることを大変誇らしく思っています。

クラリオンブラジル
パオラ・ジョリー

CSRレポート CSR REPORT

「優れた製品とサービスを提供し、お客様に満足と喜びをおくる。」
「独自の発想と技術により、新たな価値を創造する。」
「個々の人間性と能力を尊重し、自由闊達な風土を作る。」
「人と社会と自然の調和を図り環境維持につとめる。」
「地域社会の発展のために、企業市民としての責任を全うする。」
「適正な利潤の確保により、継続的な成長を果たす。」

（『経営姿勢』より）

C O N T E N T S

● コーポレートガバナンス体制
- ●コーポレートガバナンス体制 … P20
- ●内部統制再整備への取り組み … P20

● CSR経営とコンプライアンス体制の確立
- ●CSR経営に向けた取り組み … P21
- ●コンプライアンス推進体制 … P21
- ●コンプライアンス行動指針 … P21
- ●コンプライアンスの取り組み … P22
- ●コンプライアンス相談・通報窓口 … P22
- ●コンプライアンス・リスク評価表の作成 … P22
- ●コンプライアンスの教育・研修 … P23
- ●コンプライアンス監査／コンプライアンス意識調査 … P23
- ●グローバルなコンプライアンスの取り組み … P23
- ●リスク管理体制 … P23

● 株主・投資家とともに
- ●株主価値の向上 … P24

● お客様とともに
- ●お客様満足と信頼の確保 … P25
- ●お客様満足に対する考え方 … P26
- ●製品への責任と情報セキュリティ … P27

● 地域社会とともに
- ●社会貢献活動 … P28

● お取引先とともに
- ●適正な取引 … P29

● 従業員とともに
- ●雇用 … P30
- ●人事処遇制度 … P31
- ●人材育成 … P31
- ●ワークライフバランス … P32
- ●安全衛生管理 … P32

コーポレートガバナンス体制

クラリオンは、コーポレートガバナンスを重視し、その体制を整備しています。
リスク管理体制や内部統制再整備への取り組み等を通じて、
常に経営の透明性を確保するよう努めています。

コーポレートガバナンス体制

クラリオンは、取締役9名(うち社外取締役3名)監査役4名(うち社外監査役2名)で構成される監査役会設置会社です。取締役会は、グループ全体の経営基本方針および経営の重要な意思決定と業務執行を指揮監督。各監査役は、客観的立場から取締役の職務執行を監視・検証し、定期的に代表取締役と意見交換を行うなど監査の実効性と効率性の向上を図ります。また、執行役員制度を導入し、監督と執行を分離。さらに、取締役会を補佐する経営会議は、取締役および執行役員等によって構成され、経営の方向性や方針を明確にします。

内部監査部門は、社内各部門およびグループ各社の内部監査を定期的に実施し、業務活動の効率性、適法性、社内規程の遵守等に関する検証を行い、監査結果を代表取締役へ報告するとともに、必要に応じて評価や改善指導を行います。

このようにクラリオンでは、経営の透明性・健全性を確保するガバナンス体制の充実を図っています。

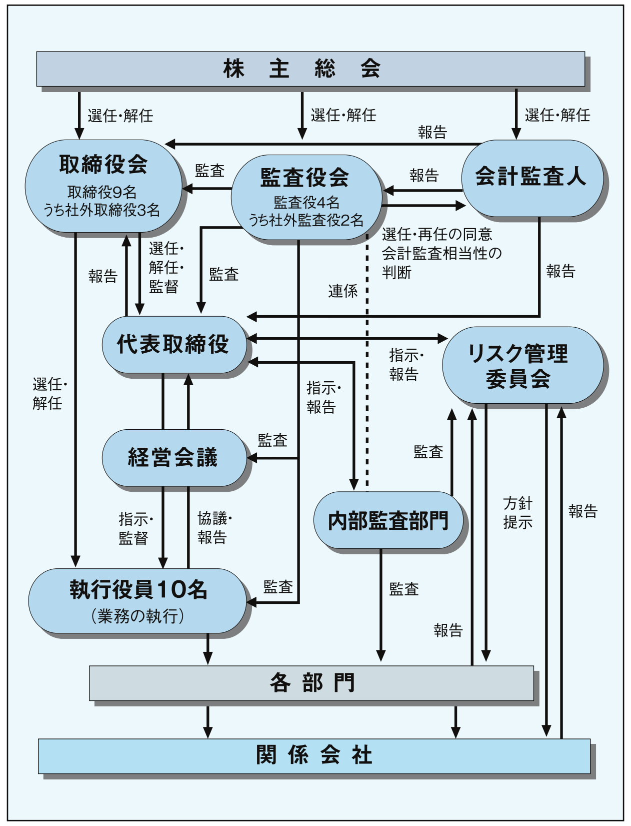
内部統制再整備への取り組み

コーポレートガバナンスの重要性が注目されるなか、内部統制整備を進め、その機能の向上に取り組んでいます。

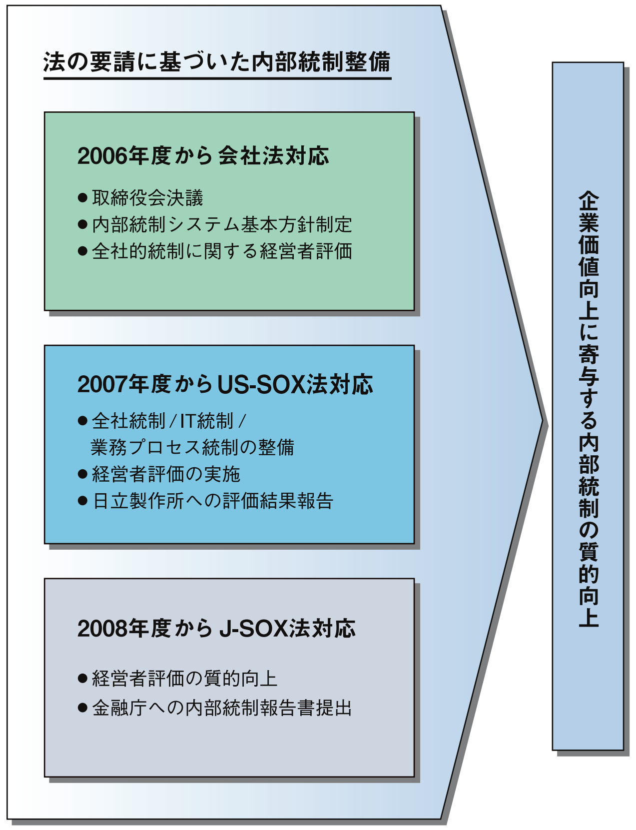
2006年度には会社法施行に伴い、取締役会決議により「内部統制システム基本方針」を新たに制定し、これに基づき、毎年全社的統制に関する経営者評価を実施しています。2007年度からは日立グループの一員として、国内外のグループ会社を整備対象に米国の企業改革法（US-SOX法）に準拠した内部統制整備を進め、結果を日立製作所に報告しています。さらに、2008年度からは、クラリオングループとして金融商品取引法（J-SOX法）に基づいた内部統制の整備と評価を行い、内部統制報告書を金融庁に提出しています。

これまで各年度でクラリオングループとして内部統制上の欠陥はありません。評価段階で検出された不備事項は改善し、内部統制の品質向上につなげました。こうした取り組みを継続し、グループ全体の経営品質をさらに向上させていきます。

● ガバナンス体制図



● 内部統制の質的向上



CSR経営とコンプライアンス体制の確立

クラリオンは、2003年度から、「企業理念を核としたコンプライアンス・プログラムを基本に企業倫理の確立を図る」という方針を掲げています。クラリオンは、コンプライアンス・プログラムを国内外のグループ全体に拡げるとともに、コンプライアンス体制を強化し、誠実で透明性のある企業をめざしています。

CSR経営に向けた取り組み

クラリオンでは社会の要請に応えるために、コンプライアンスの取り組みを始め、環境保全の取り組みや地域社会への貢献などグループ一体となった活動に努めてきました。そしてコンプライアンス活動については、特に際立った活動を進めている拠点の表彰や、グループ各社の活動状況の共有を図るなどの具体的な取り組みを進めてきました。その結果、2003年度から始めたコンプライアンスの取り組みは国内や海外の関係会社で定着し、社会の要請に応えるため法令やルールを守るという意識は、より高まっています。

しかし、これからの時代"価値ある企業"とは、利益を追求するばかりではなく、社会的責任をしっかりと果たし、ユーザーはもちろん社会全体から信頼され必要とされる企業です。そして自ら進むべき方向性を明確に社会に向けて発信していくこともその責任のひとつだと考えます。このような観点に立ち、これまでのコンプライアンスの取り組みに加え、企業の社会的責任(CSR)を果たすためにクラリオングループとしてのCSRの取り組みをより充実させていきます。

● クラリオンのコンプライアンス・プログラムの展開

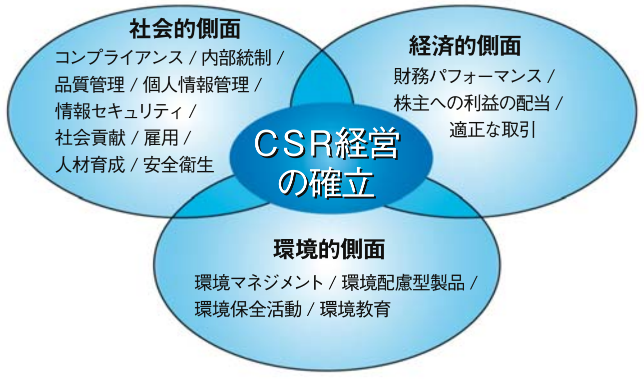
企業理念

コンプライアンス・プログラム

- コンプライアンス行動指針
- コンプライアンス推進体制
- コンプライアンス・リスク評価
- 教育・研修
- 相談・通報制度
- コンプライアンス監査
- 関係会社展開支援
- 意識調査

クラリオングループの取り組みをコンプライアンスからCSRへと拡充

クラリオンのCSR経営



クラリオンのCSRは、環境・社会・経済の3つの側面から構成され、それぞれの課題を達成することによりCSR経営を推進しています。

また、これまでも将来世代への支援や被災地への支援等さまざまな取り組みを通じて地域社会に貢献して来ました。これらの活動をさらに進めるとともに、企業としてどのように社会に貢献し、また責任を果たしていくかを考え、より具体的な取り組みを推進していきます。そして、CSR経営の確立をめざしていきます。

コンプライアンス推進体制

2003年7月に「コンプライアンス行動指針」の制定とともに、社長を委員長とする「コンプライアンス委員会」を設置しました。

定期的に委員会を開催し、活動方針の確認や各部門のコンプライアンス活動報告を行うと共にコンプライアンス上の問題について意見交換を行い、情報共有を図っています。また、グループ会社とも定期的に連絡会議を開催しています。

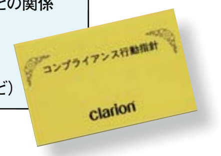
コンプライアンス委員長：社長
総括委員：経営推進本部長
事務局
委員：各部門管理部長

コンプライアンス行動指針

コンプライアンス行動指針は、イントラネットで社員に周知するとともに、ホームページで広く社外にも公表しています。

また、携帯カードとして配布し、全社員が常時参照できるようにしています。

1. 総則(社会規範の遵守)
2. 社会との関係
3. 顧客・取引先・競争会社との関係
4. 株主・投資家との関係
5. 社員との関係
6. 会社・会社財産との関係
7. 付則(相談・申告窓口など)



We are Clarion

CSR推進室
岩崎 和美

コンプライアンス・リスク評価表に基づきPDCAのサイクルを着実に積み重ねた結果、コンプライアンスへの取り組みは意識面でも行動面でも定着していると思います。これからは「企業の社会的責任=CSR」という観点でこれまでの活動を更に発展させることが、クラリオンのブランドイメージ向上に貢献すると考えています。皆さんとグッドコミュニケーションを維持しつつ、「地道に」活動を進めてまいります。皆さんのご支援とご協力をお願いします。

コンプライアンスの取り組み

2003年度からスタートしたコンプライアンスの取り組みは、その導入期に行動指針の制定や推進体制の整備を行うとともに、国内外のグループ会社にも展開を行いました。また、準拠法令とコンプライアンス・リスクを整理したリスク評価表をベースに、各部門でPDCAサイクル※をまわし、リスクを低減する活動を重点的に進めています。さらに、継続的に意識啓発を行うために、毎年全管理職を対象に他社事例や新規・改正法令等を取り上げた研修会を開催しています。例年の部門との意見交換会やコンプライアンス意識調査およびコンプライアンス監査に加え、関係会社の活動から「ベストプラクティス」を選定する世界大会の開催も検討しています。これからもこのような取り組みを継続し、さらなるリスク低減とグローバルでの活動のレベルアップを図っています。

※ PDCAサイクル:計画を立て(Plan)、実行し(Do)、その評価(Check)に基づいて、改善を行う(Action)、という工程を継続的に繰り返す仕組み。

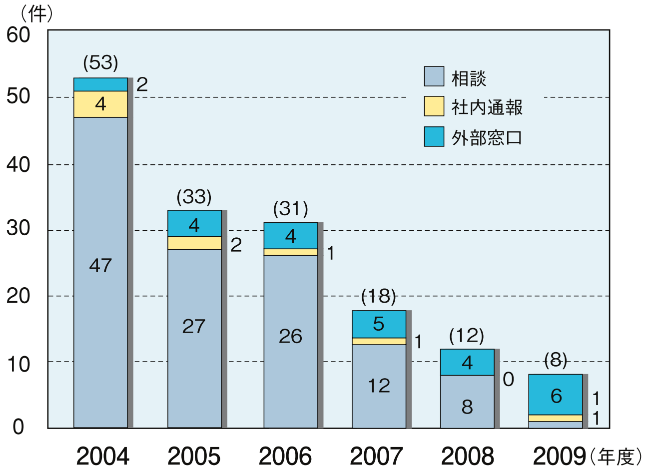
● コンプライアンスへの取り組み経緯

	導入期 2003年～	定着期 2004年～	充実期 2007年～
本社	●コンプライアンス行動指針策定 ●コンプライアンス委員会設置 ●コンプライアンス推進室設置 ●コンプライアンス・リスク評価表作成 ●部門ヒアリング開始 ●通報窓口設置 ●社内教育開始(管理職研修/新人研修)	●コンプライアンス・リスク対応計画によるPDCA管理開始(本部単位) ●コンプライアンス意識調査開始 ●コンプライアンス監査開始 ●通報窓口の拡充(外部サービス会社活用) ●eラーニング開始	●コンプライアンス基本規程制定 ●日立グループ活動への参画 ●コンプライアンス・リスク対応計画によるPDCA管理レベル見直し(部単位へ)
関係会社	●行動指針策定(国内)	●行動指針策定(海外) ●コンプライアンス・リスク対応計画の策定と実施	●関係会社連絡会議開始(国内) ●海外関係会社巡回 ●海外関係会社ベストプラクティス表彰

コンプライアンス相談・通報窓口

2003年11月に「コンプライアンス相談・通報窓口」を開設しました。相談によるコンプライアンス違反の未然防止や、通報を肯定することによって、コンプライアンス違反の出来ない風土づくりを図るためです。匿名でも受け付けていますが、より相談・通報しやすい環境を整えるために、2004年11月に社外の受付窓口(電話、ファックス)を設けました。また、2006年4月の公益通報者保護法施行に伴い、運用方法や仕組みを「社内通報規程」として定め、周知しています。窓口の開設から2009年度までの総相談・通報件数は171件(月平均2.2件)ですが、グラフの通り、通報よりはむしろ相談が多く、コミュニケーションツールとしても機能してきていると認識しています。

相談・通報状況



コンプライアンス・リスク評価表の作成

コンプライアンス・プログラムの重点的取り組みとして、リスクの洗い出しを行っています。

各部門が実際の業務に関わる法令やコンプライアンス・リスクを抽出し、その発生危険度や影響度を分析したものを、対応・防止策を含め「コンプライアンス・リスク評価表」として管理しています。さらに毎年リスク低減のための計画を策定・実施し、その結果を改善につなげています。

コンプライアンス・リスク評価表

準拠法令　(○○部固有)

リスク事項：リスクが実現化した場合に発生する損害・罰則・信用失墜等

部署名	法令名	法令概要	リスク事項	危険度		対応・防止策	行動指針No.
				発生	影響		

コンプライアンスの教育・研修

コンプライアンス教育は、階層別に全社で継続的に行っています。新入社員に対するコンプライアンス・プログラム教育を始め、管理職に対する課題別集合研修を実施しています。2009年度は、輸出管理規制、環境規制等を中心に実施しました。この研修内容は、カスケード(階段状)方式で各部門の一般社員へも展開しています。また、2004年度に管理職を対象にeラーニングでの研修を開始しましたが、現在は一般社員に対しても研修を実施し、全社員へのコンプライアンスの浸透を図っています。さらにケースブックやビデオなどを利用したコンプライアンス意識の向上にも努めています。

管理職研修会

● 各国語版のコンプライアンス行動指針

コミュニケーション

国内関係会社とは、定期的に連絡会議を開催し、活動計画や実施状況を確認するとともに、課題の共有化を進めています。また、ヒアリングやコンプライアンス監査を通じてレベルアップを図っています。

海外関係会社とは、各拠点へのヒアリングや、拠点からの定期報告とそのフォローにより活動を活性化させています。

コンプライアンス監査/コンプライアンス意識調査

コンプライアンス行動指針がどれだけ守られているか、コンプライアンス上の問題が起きないかなどを確認するため、2004年度から「コンプライアンス監査」を行っています。全ての本部を対象に、部門の取り組みや法令遵守状況、情報セキュリティやリスク低減計画の進捗状況などの確認を行い、必要な改善指導をしています。また、モニタリングの一環として全社員の「コンプライアンス意識調査」を定期的に行い、公表しています。

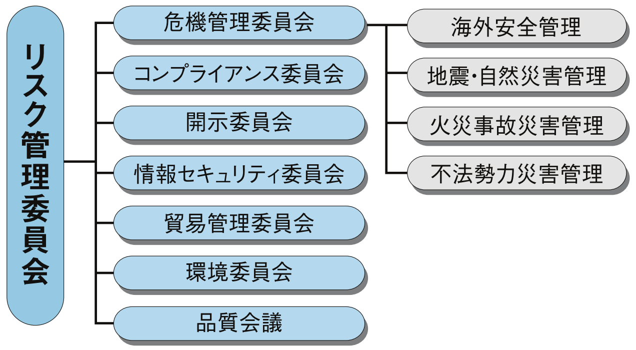
● コンプライアンス意識調査 (2008年9月実施 全社員対象 回答率 90%)

アンケート調査設問（抜粋）	回答	06年9月	08年9月
あなたの部署では「コンプライアンス」は重要との認識は浸透していますか?	浸透している	94%	95%
あなたの上司はコンプライアンスの実践について具体的に説明、指導等していますか?	している	87%	77%
あなたの部署では、打ち合わせなどで意見を気がねなく言えますか?	言える	84%	83%
あなたはコンプライアンス相談窓口に通報することで不利益を受けると思いますか?	思わない	65%	70%
あなたはコンプライアンス相談窓口への通報方法を知っていますか?	知っている	71%	65%

次回のコンプライアンス意識調査は2010年9月の予定です。

リスク管理体制

企業を取り巻く様々なリスクを的確に管理・対応し、企業価値を維持・向上させるため、「リスク管理規程」を制定し、運用しています。リスク管理体制としては、リスク管理委員会で経営全般のリスクに対応し、その下に設置された危機管理委員会、コンプライアンス委員会、開示委員会、情報セキュリティ委員会、貿易管理委員会、環境委員会および品質会議で、それぞれの専門分野への対応を行っています。また、これらの取り組みを内部監査室が定期的に監査することにより、PDCAサイクルをまわし、継続的改善につなげています。



グローバルなコンプライアンスの取り組み

コンプライアンス・プログラムは、グループ全体に展開しています。現在導入しているグループ会社は、国内3社、海外14社に渡っています。

各社とも本社に準じたコンプライアンス行動指針を制定し、海外では英文だけではなく、中国語やマレー語等8か国語で作成しています。また、コンプライアンス・プログラムの中核であるリスクの洗い出しとその対応計画の実施を本社と同様に進めています。

危機管理体制の確立

火災、大地震、自然災害など企業を取り巻く多種多様のリスクに対して、即対応できるように、「危機管理マニュアル」を制定しています。また、組織やグループを横断した「危機管理委員会」を設置し、危機管理体制を確立しています。定期的に開催している危機管理委員会では、リスク対策に関して論議し、決定事項については全社展開をしています。

株主・投資家とともに

クラリオンは、株主・投資家の皆様に対して、クラリオンの事業活動状況や財務内容等の経営情報を的確かつ適時に開示するとともに、会社の経営理念や経営方針を明確にお伝えすることが大切だと考えています。ホームページや「株主通信」を通して、適切な情報開示に努めていきます。

株主価値の向上

クラリオンは、日立グループ入りして4年目を迎え、営業、技術、購買分野での融合をさらに進めていくことにより「価値ある企業」への変革をめざすとともに、本年12月に創業70周年を迎えるにあたり、車載機器専業メーカーとしてこれまで培った信頼と実績をもとに技術開発力の向上に努め、さらなる進化を実現して株主価値の向上を図っていきます。

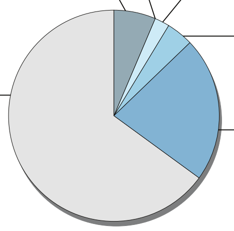
また、株主・投資家の皆様に企業ビジョンや事業戦略をお伝えするために、ディスクロージャーポリシーを定めています。このポリシーのなかで、常に株主・投資家の視点に立った迅速、正確かつ公平な開示を行うとともに、法令および取引所規則等を遵守し、会社情報の公正な提供について真摯な姿勢で臨むことを掲げています。

開示委員会の設置などにより、このディスクロージャーポリシーに則り公正かつ適時適切な開示に努めていきます。

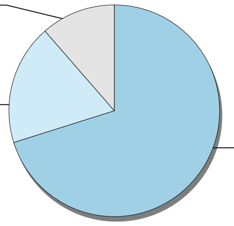
● 株主の状況 (2010年3月31日現在)

発行可能株式総数: 450,000,000株
当期末発行済株式総数: 282,744,185株
総株主数: 18,247名
1人当たり平均所有株数: 15,495株

● 所有者別分布状況 (2010年3月31日現在)



● 所有株数別分布状況 (2010年3月31日現在)



● 大株主 上位10名 (2010年3月31日現在)

株主名	持株数 (千株)	出資比率
日立製作所	179,815	63.77%
日本トラスティ・サービス信託銀行	9,917	3.51%
日本マスタートラスト信託銀行	4,559	1.61%
資産管理サービス信託銀行	2,583	0.91%
三菱 UFJ 証券	1,557	0.55%
ビー・エヌ・ピー・パリバ・セキュリティーズ (ジャパン)	1,487	0.53%
バークレイズ バンク ピーエルシー	1,476	0.52%
従業員持株会	1,474	0.52%
NCT 信託銀行	989	0.35%
ソシエテ ジェネラル, パリ	927	0.32%

(注)株主比率は、自己株式 (771,717株) を控除して計算しております。
信託銀行各社の持株数には、信託業務に係る株式数が含まれております。

タイムリーな情報開示

株主向けに「株主通信」を6月と12月の年2回配信しています。株主通信では、半期の取り組みや実績等を「Topics」で紹介しています。株主の皆様に見やすく、分かりやすい内容となるよう、心がけて制作しています。ホームページでは、株主、投資家向けに、IRライブラリーに適宜、決算等の会社情報を掲載、更新しています。IR活動に関して、株主や投資家の皆様からのお問い合わせがあった場合は、迅速な対応に努めています。また、年1回アニュアルレポートを発行しています。

株主通信

アニュアルレポート

We are Clarion

経理部 連結管理グループ
陳　仁

グループの経営状況を連結財務諸表に反映するには、日本はもちろんのこと、現地法人所在国の会計基準および税制度の把握と知識の吸収が不可欠です。IFRS(国際財務報告基準)を始め、日進月歩の変化を遂げているこれらを如何に制度会計の視点から捉えるかが日々の課題です。

お客様とともに

クラリオンは、品質管理体制と併せ、お客様とのコミュニケーションラインを強化しています。それは、お客様がCS（顧客満足）活動の原点であるからです。お客様の声は重要な情報として社内にフィードバックし、活用しています。お客様とともに歩み、お客様から確固たる信頼と満足を得ることがクラリオンの目標です。

お客様満足と信頼の確保

品質方針

クラリオンでは、「移動空間における音と情報通信のつながりを独自の発想と先進技術で、新たな領域まで進化させます。そして世界中のお客様へ安心・安全・快適・感動を提供していきます。私たちは業界の先端を走り続け、市場ニーズを的確に捉え将来にわたる成長をめざします。」というビジョンを掲げています。

その実現のためには、法規制を遵守した上で、お客様のニーズを満たすことの重要性を組織内に周知し、それに対応する活動を実践することが必要です。そこで、クラリオンでは、品質に対する基本方針を「お客様満足と信頼の確保」と定め、方針に則った活動を推進することによって、当社の社会的存在価値を高めていくことをめざしています。

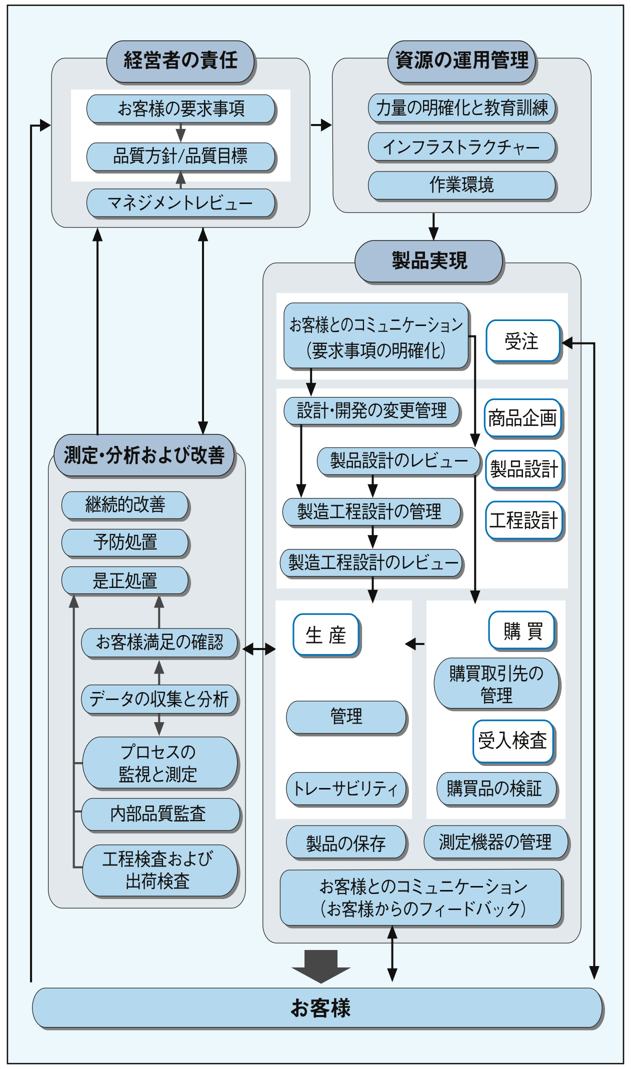
企業に対する信頼は一朝一夕で得られるものではありません。また、一度得られた信頼もひとつの不祥事で容易に失われてしまいます。そのため、クラリオンはひとつひとつの商品に対するお客様の満足を積み重ね、「次もクラリオン」という信頼に繋げていく事を社員の誇りと考え、品質を重要な経営指標として取り組んでいます。

品質保証体制の構築

自社市販製品はもちろん、OEM製品でもお取引先の要求にお応えする確かな品質保証体制を整備しています。その一環としてISO9001を母体とした自動車業界固有の品質マネジメントシステムISO/TS16949の認証を全てのクラリオングループ生産会社が取得しています。

また、受注、商品企画、製品設計、工程設計、生産の各プロセスでお客様のご注文やニーズを実現するため、お客様要求事項レビューやデザインレビュー等を行っています。

このように各プロセスを有機的に機能させ、品質マネジメントシステムとして適切に維持することで、お客様に「安心」「快適」な技術と品質を提供しています。



We are Clarion

お客様相談室ではナビゲーションやオーディオ、特機といった商品はもとより、過去に販売を行っていた住宅設備機器等のお客様対応を行っています。時代の変化と共にお問い合せの内容や傾向も変化してきており、丁寧な対応を皆で心掛けています。

マーケティング企画部　お客様相談グループ
中園 雅貴

お客様満足に対する考え方

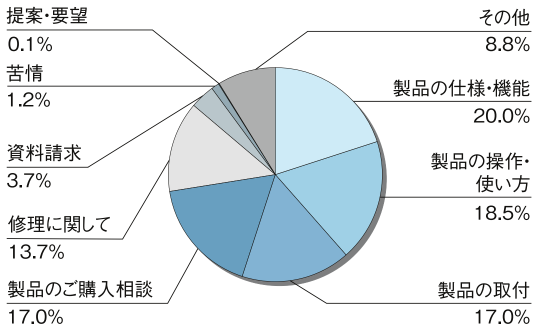
クラリオンでは、技術開発や品質向上はもちろんのこと、お客様満足のために、「お客様と企業のコミュニケーションラインの確立」と「ニーズの把握と社内フィードバック体制の強化」という2つの観点からCS（お客様満足）活動に取り組んでいます。

お客様と企業のコミュニケーションラインの確立

お客様とのコミュニケーションラインの中核がカスタマーサポートです。2005年からお客様相談室の人員を拡充し、お問い合わせ、ご要望や苦情などにお応えしてきました。2007年9月には、CTI（Computer Telephony Integration）システムの全面的入れ替えにより回線数を大幅に増やし、より繋がりやすい、きめ細やかな対応が可能となりました。

さらにお問合せの多い内容は、ホームページ上の「製品に関するQ&A」に掲載。加えて、検索しやすいようキーワードの設定や掲載件数の拡充（458件:2010年3月末現在）等充実を図っています。2009年度の電話入電総数は65,597件（対前年度比:95.9%）ですが、e-mailによるものが3,275件（108%）と増加傾向にあり、Q&Aへのアクセス件数も290,362件（103%）となっています。

● 相談内容の種類

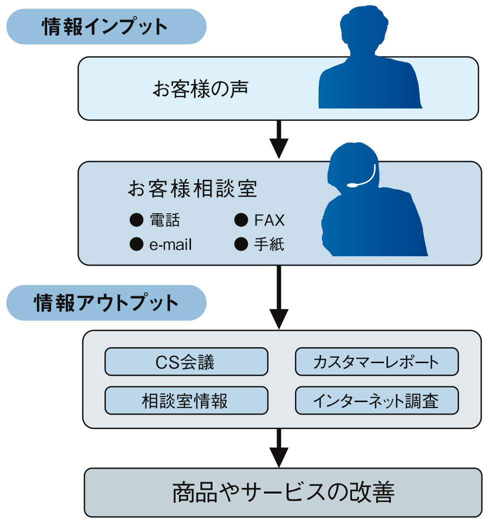


ニーズの把握と社内フィードバック体制の強化

お客様から寄せられたご意見やご要望は、正確に把握、理解し、的確にご回答するように努めています。お客様の声は、機能とサービスの改善はもちろん、お客様ニーズを把握するための貴重な情報資源にもなり、その体制整備は重要なテーマです。そのため、お客様の「声」をまとめたカスタマーレポートの作成や機能改善・販売体制改善、修理対応やサービス体制等を協議するCS会議を毎月実施し、社内での情報共有化を行い、商品やサービスに反映させる体制を整えています。また、2006年度からグループ会社も含めたイントラネットを構築し、お客様の声を国内外のグループ全体で共有しています。

お客様の声をもとに改善を行った事例としては、HDDナビゲーションでの画面輝度調整範囲拡大、画面OFF時の大きな時刻表示、合理的かつ利便性の高い案内ルート表示、より理解しやすい取り扱い説明書・ホームページ・カタログの表現などがあり、今後もさらにお客様の声を反映した製品・サービスの向上に努めていきます。

● お客様フィードバック体制



HDDナビゲーションの大きな時刻表示

Topics

もっと楽しく!もっと便利に!!地図情報サイト「チズルとススム」

このサイトは、「ドライブをもっとわくわくさせる地図コミュニティサイト」をコンセプトに、インターネットとカーナビゲーションをリンクさせシームレスな情報の共有化を図ることをめざしています。サイトで登録したお気に入りのスポットやドライブプランをカーナビゲーションに転送できるので、自宅で楽しみながらドライブ計画をつくれます。今後もカーナビゲーションとの機能連携強化、サイトのH.M.I.向上などにより、さらに価値あるサービスを提供していきます。

「©2010 ZENRIN CO., LTD.(Z10MA第008号)」

カーナビ連携の主な機能

- お気に入りスポット/コース転送
- Google マップ連携（ローカル検索およびカーナビ連携機能）
- エコ運転サポート

サイトの主な機能

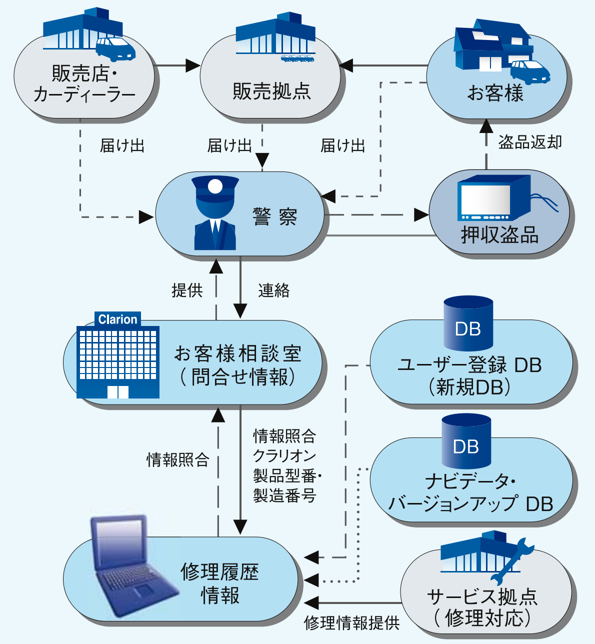
- ルートシミュレーション
- スポット検索
- 観光動画閲覧
- スポット投稿

「チズルとススム」は、ここからご覧いただけます。
http://chizu-route-susumu.jp/

製品への責任と情報セキュリティ

製品への責任

クラリオンは、販売する製品の特性を認識してその安全性に留意するとともに、製品の安全に関する法律および安全基準を十分理解し、これを遵守しています。また、製品の安全性を評価し、品質の維持向上を図ることにより、お客様に満足し、安心して使っていただける製品の提供に努めています。近年、高額化するナビゲーションの盗難が急増しており、盗難に関するお問い合わせも増加しています。このような状況を受け、クラリオンでは、警察からの盗難被害届けと盗品押収届けをユーザー登録データや修理データ、バージョンアップデータと自動照会する盗難確認システムを2006年に立上げ、警察への捜査協力を行っています。このシステムにより、さらに迅速で正確な確認ができるようになりました。2009年度は38件の照合実施をしております。



- データ照合は警察からのみ受け付け
- お客様・販売店・販売拠点に対する警察への盗難届指導を徹底
- データ入力時、並びに情報閲覧時に入力情報は全て自動照合
- 合致時、お客様相談室から警察に通報

落穂拾い

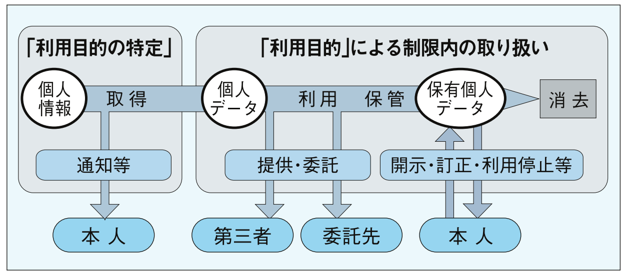
製品事故に対し「お客様の立場に立つ」、「失敗の中から経験（教訓）を拾う」ために日立グループが行っている活動が「落穂拾い」です。「落穂拾い」では、製品事故の直接の技術的な原因だけでなく、事故を発生させた心理的な動きを含めた原因を追究し、それぞれの原因に対する再発防止の徹底を図ります。

クラリオンは、2007年度から毎年2回「落穂拾い」を実施し、事故の再発防止と製品品質向上に努めています。

個人情報の管理

商品をご購入いただいたお客様から提供いただく情報をアフターサービスや商品開発に役立てています。個人情報の取り扱いについては、個人情報保護方針を策定し、ホームページに開示しています。あわせて個人情報管理基準を制定し、その基準に則り適切な管理運用を実施しています。

具体的には、個人情報保護総括責任者のもと各部門に個人情報管理責任者をおき、管理しています。また、その管理状況について、定期的な監査やヒアリングを行い、安全管理の徹底を図っています。さらに、全従業員に対しては、個人情報保護法を含めた法令遵守の意識付けのために、定期的に教育を実施しています。



情報セキュリティ

情報漏洩や改ざん、システムダウン、ソフトウェアの不正利用といったリスクを回避するため、情報セキュリティポリシーを策定し、管理・運用しています。具体的には、サーバー室への入退室を制限する等の物理的対策、情報へのアクセス権限制御、コンピュータ自体のパスワードロック、データの暗号化といった技術的対策、および、内部要員のセキュリティ意識とマナーを高める教育等の人的対策を施しています。

これらの施策は、毎年行う定期的な情報セキュリティ監査において実施状況を確認し、スパイラルアップによる管理レベルの向上をめざしています。

We are Clarion

生産企画部
岩波　寛

貿易管理委員会では、経済産業省管轄の「安全保障貿易」と東京税関管轄の「特定輸出申告制度」の管理を行っています。貿易管理の目的は、国際社会における平和と安全の維持ですので、まさしく「スーパーマン」と同様です。活動は日立オートモティブシステムズとも連携し、毎月の連絡会を通じて情報交換を行っています。今後もグループ全体の輸出管理レベルの維持向上を図っていきます。

地域社会とともに

クラリオングループでは、良き企業市民をめざし、世界中で地域社会への様々な支援活動を行っています。地域社会への貢献活動や自然災害時の被災地への支援など各国で幅広い活動を通じ、地域の発展に積極的に寄与しています。

社会貢献活動

クラリオングループでは、地域社会貢献活動、自然災害の被災地への支援、地域との交流などに重点をおき、各事業所が主体となった社会貢献活動を展開しています。

地域社会貢献活動

● フードドライブによる地域貢献　CCA(アメリカ)

CCAでは、ミシガン地区、ケンタッキー地区、カリフォルニア地区の3事業所でフードドライブ（家庭や会社で余っている缶詰やレトルト食品、乾麺、飲料、菓子類など保存性の高い食品を困っている家庭や高齢者等に届ける活動）を2009年7月に開催しました。集まった食料品をそれぞれの地区で寄付をし、深刻な食糧不足解消に貢献しました。

地域との交流

● 福利厚生をかねた地域貢献　CHE（ハンガリー）

CHEでは従業員の福利厚生をかねて、従業員有志によるCSR活動の企画をサポートしています。2009年には、CHEのあるナジカータや近隣のタピオセレシュの小学校の清掃、修理や植樹、CHEからほど近いタピオビチケにある歴史のある木製の橋の修理、清掃などを行いました。CHEがサポートしたのは、清掃用具やベンチ修理の材木、ペンキ、フェンス修理の材料、植樹用苗木などです。一歩一歩着実に地域に貢献する地道な活動を続けています。

● 中秋敬老活動への参加　DDCE（中国）

DDCEでは、積極的に社会の発展に寄与する活動を展開しています。2009年9月末にDDCEの従業員28名が敬老院を慰問し、お世話や慰問金を贈呈しました。

自然災害時の被災地への支援（寄付活動）

● 国内のクラリオングループによる地震に対する義援金

「ハイチ大地震義援金募金活動」を2010年1月下旬から2月上旬に実施し、グループ社員の募金総額188,811円をハイチ大地震の義援金として日本赤十字社を通じて寄付しました。

生後6か月の赤ちゃんを診察する岡村医師

(c)Talia Frenkel_American Red Cross

(C)日本赤十字社

避難民キャンプの視察

We are Clarion

クラリオンハンガリー
ベネ・チャバ

私はCHEで生産設備グループマネージャーをしているベネ・チャバと申します。主に、生産治具の管理、作成をしています。私はCSR活動に参加したCHE従業員を代表してクラリオンブランドアワード2010の最終選考会に参加する為、初めて本社事務所を訪れました。私たちが昨年行った活動を披露できることを大変光栄に思いました。クラリオンの従業員がCSR活動を通して地域に貢献したことはどれだけ大きなものであったかをハンガリーだけでなく、世界中の人に知ってもらうことができました。だからこそ、今、私たちは、”We are Clarion”と声高らかに言うことができます。

お取引先とともに

クラリオンは、お取引先との事業戦略・技術戦略・マーケティング戦略でのチームワークを強化。オープンでフェアな取引を通じて、競争力を高め、真のWIN－WINの関係実現をめざします。さらに近年では、お取引先と連携して「グリーン調達ガイドライン」を制定。環境にやさしい購買活動を推進しています。

適正な取引

購買方針

クラリオンでは、購入先との取引においては、良識と誠実さをもって接し、常にオープンでフェアな対応をするよう心がけています。また、新規お取引先を国内外から積極的に採用し、世界7か国10のグループ生産会社へ、グローバルな調達活動を展開しています。お取引先の選定にあたっては、品質や技術開発力だけでなく、環境配慮やCSRの視点を踏まえています。

お取引先とのコミュニケーションを大切にするとともに、戦略を共有して、お互いの競争力を高め合う関係の構築をめざしています。

- 購買方針
  - 適正品質・価格競争力・納期適応力
  - 技術開発力・環境保護・CSRに基づく購買政策の強化
- 目標
  資材購入総コストの削減
- 方策
  1.グローバルな購買政策の推進
  2.グリーン購買の推進
  3.開発段階の総コスト削減
  4.部品品質の向上
  5.CSRの推進

購買取引説明会

CSRに配慮した購買活動を推進していく上で、お取引先との連携は欠かせません。クラリオンは、毎年、購買方針説明会を開催し、購買方針に関する説明のほか、CSRの推進と環境配慮に対する取り組みへのご協力を要請しています。これまで「グリーン調達ガイドライン」を制定し、お取引先とともに、環境に配慮した活動を推進してきました。日立グループ化に伴いCSRを推進するにあたり、「日立グループ CSR活動取り組み方針」を伝えています。2010年3月に開催した国内での説明会は、135社が出席し、中国で開催した説明会では、96社が出席しました。

お取引先の年間表彰制度

毎年お取引先の表彰制度を実施し、競争力強化のためのお取引先での改善活動や、高付加価値製品への対応のための提案などを促進しています。この制度は、年間のQ（品質）、C（コスト）、D（納期）、VEC活動*の実績が特に優れたお取引先を表彰しているもので、2009年度は、5社を表彰しました。今後もこのような活動を通じて、お取引先との連携を強化していきたいと考えています。

*VEC（Value Engineering for Customers）活動:日立グループで展開しているVE活動。VEとは、コストや機能に関する諸要因を分析し、お客様の要求する機能を備えた製品を最小のコストで提供する技法。

購買方針説明会にて表彰されたお取引先

お取引先との公正取引に関する教育

法令遵守および公正・公平な取引を目的に、定期的に下請代金支払等遅延防止法に関する外部研修へ購買担当者が参加しています。2009年は外部研修に2名が参加しました。

今後も購買活動に関連する法律や購買実務の職能教育について外部研修を積極的に活用し、個々人のレベルアップに努めていきます。

従業員とともに

クラリオンは、自律（立）心旺盛な人を重視した人物本位の採用を行っています。また、従業員一人ひとりが職務に意欲的に取り組める人事処遇制度を運用するとともに、グローバル思考・ブレイクスルー思考ができる人材の育成を行うことにより、従業員の豊かな個性とチャレンジ精神を高めています。

雇用

雇用に対する基本方針

クラリオンは、国籍・性別・宗教・人種などの差別を禁止し、さまざまな価値観を持った人材の確保・育成をめざしています。また、「コンプライアンス行動指針」に掲げているように、各自の人権と人間性を尊重しています。

基 本 方 針

- 差別のない全方位型
- 人物本位
- 透明性のあるプロセス

⇔ さまざまな価値観の融合

求める人材像と多様な価値観の尊重

クラリオンでは、「自律（立）心が旺盛な人＝主体的に考え、積極的に物事に取り組み、好奇心を持って学びとることができる人」を求めています。人材の採用にあたっては、求める人材像を重視した人物本位の選考を行っており、学歴や性別、さらに国籍による差別はありません。選考では、応募者全員に対して、面接による人物評価を行い、コミュニケーション力やユニークな発想を審査しています。評価内容は、内定者にはすべてフィードバックし、透明性のある選考プロセスの確保に努めています。

障がい者の雇用促進

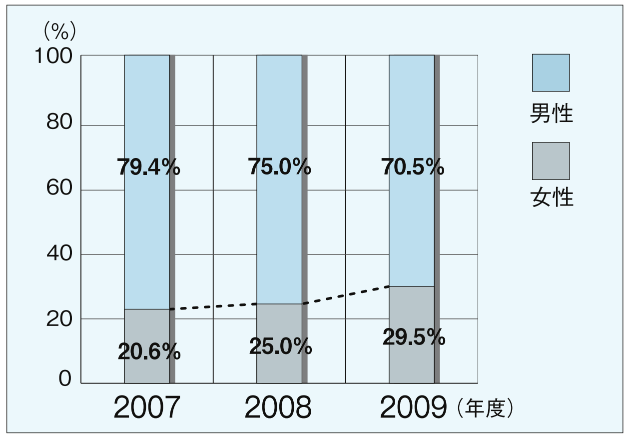
クラリオンは、障がいを持つ方々の雇用拡大をめざしています。2009年度の障がい者雇用率は、1.7%となっており、法定雇用率（1.8%）を目標としています。

雇用機会均等の徹底

2007年4月1日の改正男女雇用機会均等法の施行前に、妊娠・出産等に伴う不利益取り扱いの禁止やセクシャルハラスメント等の改正のポイントについて、全社に展開を図りました。また、意識啓発を図るためにマネージャー層を対象に研修を実施しました。

従業員に占める女性の割合は14%と低率ではありますが、基本方針に基づき、採用において男女の差別はありません。女性の採用比率は、2009年度は29.5%となっています。女性の活躍の場は設計・購買・営業等さまざまな職種へと拡がっています。

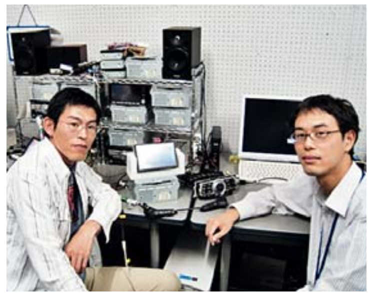
● 新卒の男女採用比率



We are Clarion

＜メンター円谷＞
2009年度入社の赤地さんは、新人当初は心配してしまう事もありましたが、今では指示以上に応えてくれるまでに成長しました。
まだまだ経験する事も多いですが、将来グループを引っ張る人材に成長してくれることと思います。

アプリソフト開発部
円谷 岳人



＜メンティ赤地＞
メンターの円谷さんは周囲からとても頼りにされている、憧れの存在です。性能評価の仕事を任された時は、ひとつひとつ丁寧に教えてくれました。
まだまだ未熟な自分ですが、少しでも円谷さんに追いつけるようにこれからも頑張りたいと思います。

アプリソフト開発部
赤地 雅史

人事処遇制度

人事処遇に対する基本方針

クラリオンは、企業理念の中で、「個々の人間性と能力を尊重し、自由闊達な風土を作る」と謳っています。その理念に基づき、自律(立)した意識をもって、従業員一人ひとりが職務に意欲的に取り組めるよう、役割と発揮された能力に応じて評価する人事処遇制度を整備しています。

基 本 方 針

- 自己実現の確立
- 自由闊達な風土の醸成
- 自律(立)型人材の育成

⇔ 役割と発揮された能力に応じた処遇の実現

人事制度

● 資格制度

役割と能力に応じた資格等級を設定しています。各資格等級の昇格要件を満たすことで審査(年1回)を経て資格昇格を決定します。

● 賃金制度

資格等級毎の賃金レンジ制を導入しています。賃金レンジは市場価値水準を意識したものとなっています。

● 評価制度

半期毎に目標管理による成果の大きさを評価し、年間では仕事を通じた行動・発揮能力の的確さを評価しています。半期評価は賞与に反映し、年間評価は賃金に反映しています。

● 社内公募制度とFA制度

自律(立)型キャリア形成の促進を図るため、本人主導にて役割を自己選択できる公募制度(自ら役割を選択する機会として本人の希望に応じた職場異動の手続き)とFA(フリー・エージェント)制度の導入により社内人材の流動化を促進しています。

	2007年度	2008年度	2009年度
社内公募制度実績	3名	3名	4名
FA制度実績	0名	2名	4名

人材育成

人材育成に対する基本方針

クラリオンは、世の中の急速な変化に対応できるプロ集団の育成を目指しています。会社・部門における「人材」としての戦略的育成と個人の自主的な活動支援を目的にさまざまな形で育成を行っています。

めざす人材像

- 新しいことへチャレンジする。
- 強い団結力(チームワーク)を持つ。
- 一人ひとりの専門スキルは高い。
- お客様や社会貢献を大切にする。
- グローバルな視点、感覚を持っている。
- 一人ひとりが仕事を通じて常に成長する。

教育体系

「めざす人材像」実現のために以下のような教育体系を整備しています。

	ビジネススキル研修	コアスキル研修	専門スキル研修
管理職層	社員の役割に応じた研修	他社をリードするオリジナル研修	職種毎に求められる専門能力向上研修
中堅層			
担当層			

キャリア開発支援

会社・部門・個人がそれぞれの役割や目的に応じて主体的に活動し、そのシナジー効果により会社・部門は人材の質的向上を図り、個人は自らの市場価値を高めます。

メンター制度	一人の新入社員(メンティ)に配属部門の先輩社員一人をメンターとして設定することで、新入社員の早期自律(立)化を促進し、社内ネットワーク構築を支援する制度。クラリオンが日本で初めて導入。
キャリアデザイン支援	社員一人ひとりが自律(立)的に自らのキャリア形成を考え、実行する活動の支援としてキャリア研修を提供。

ワークライフバランス

子育て介護支援の取り組み

クラリオンは、子育てを行う従業員および家族が介護を必要としている従業員に、仕事と家庭を両立できる環境として、「育児休業制度」、「介護休業制度」、「積立休暇制度」を設けています。

また、「次世代育成支援対策推進法」を受け、行動計画を策定し、層別研修での啓発活動等の取り組みを進め、さらにダイバーシティの考えに立ち、制度改正を進めています。

育児休業制度	1子につき1回、休業期間は子が1歳6か月に達するまでを限度とする。
介護休業制度	介護事由につき通算1年以内の必要な期間。
積立休暇制度	付与日から2年を経過した日において失効する年次有給休暇の未消化分のうち、毎年4日を限度として積み立てる休暇制度。累計40日を限度とする。業務外傷病の療養や家族の看護等に要する休暇として利用されている。また、積立休暇とは別に家族の看護休暇が年5日ある。

	2007年度	2008年度	2009年度
育児休業取得実績	4名	8名	7名
介護休業取得実績	0名	0名	0名

有給休暇取得日数向上への取り組み

有給休暇取得促進のために、取得しやすい制度づくりを進めています。計画的取得として、連続有給休暇(2日)、アニバーサリー休暇(3日)、一斉有給休暇(5日)を実施しています。

We are Clarion

私は育児休業後、職場に戻りました。当社にはフレックスタイムなどの柔軟な勤務が出来る制度が充実しています。子どもが保育園に入った当初、よく熱を出したため、度々保育園から引き取りに来るよう連絡があったのですが、上司や同僚のご理解・ご協力により、ピンチを乗り切って、現在も仕事と家庭をしっかり両立しています。

アプリソフト開発部
孟 文麗

安全衛生管理

安全衛生委員会を設置し、安全かつ衛生的な職場環境の整備に努めるとともに、業務上の安全衛生に関する法令等を理解し、遵守しています。

基 本 方 針

- 「安全と健康を最優先」とする。

安全衛生委員会

安全衛生委員会を毎月定期的に開催し、基本方針に基づく安全衛生に関わるテーマについて審議しています。

労働災害の防止

従業員の安全を最優先で確保するとともに、企業の社会的責任を果たすため、重大災害の発生ゼロを目標に安全対策を講じています。2009年度も、重大災害は発生していません。

心身の健康づくり

ライフスタイルの変化に伴い、生活習慣病のリスクが高まっています。クラリオンは、疾病等の早期発見につなげるため、定期健康診断の完全受診を第一の目標に掲げています。2008年度より35才以上は医療機関の出張対応による一斉健診から日帰りドック健診へ切替え、より精度の高い受診結果が得られるようになりました。

また、従業員が心身ともに健康な状態であってこそ企業の活力も向上するものと考えています。そこで、メンタルヘルスのための健康相談室(外部カウンセリング)の設置や専門家を講師に招いた「メンタルヘルスに関する講演会」等を行っています。2009年度の講演会は、約100名が参加し、リスクマネジメント面からの必要な知識と対処法に関して学習しました。

健康管理講演会の研修風景

環境レポート CSR REPORT

環境方針

クラリオングループは、環境への取り組みを経営の最重要課題の一つと認識し、車載情報システムを主体とした設計、製造及び販売の事業活動において環境負荷低減をめざしたグローバルなモノづくりを推進し、以下の取り組みにより持続可能な社会を実現する。

1) 当社の製品及びサービスによる環境影響を評価し、環境目的・目標を設定し、推進するとともに、毎年見直しを行い環境への負荷を継続的に改善する。
2) 製品における有害物質の削減、省資源化、消費エネルギーの低減などの環境配慮型製品・サービスの提供を推進する。
3) 省エネルギーを推進し 地球温暖化の防止に努める。
4) 廃棄物の減量化とリサイクルを推進し 循環型社会の実現をめざす。
5) 事業所の緑化や周囲景観の向上を図るとともに、自然環境の保護や、生態系への影響に配慮する。
6) 事業所の排水、油や有害物質等の漏出による環境汚染の予防を図る。
7) 環境に関連する法規制及び当社が同意するその他の要求事項および自主基準などを順守する。
8) 全従業員に 環境方針を周知し教育・訓練により環境保全に関する知識の向上と啓発を図る。
9) この環境方針は、社外にも公表するとともに積極的な情報開示とコミュニケーションを行う。

改訂　2008年3月11日

C O N T E N T S

- 環境マネジメント
  - 環境方針 … P34
  - 環境推進体制 … P34
  - 教育・訓練について … P34
  - 環境関連法規制等の順守状況 … P34
- 事業活動と環境負荷
  - マテリアルフロー … P35
- 環境会計
  - 2009年度の集計結果 … P36
- 目標と実績
  - 取り組みと実績 … P37
- 製品への環境配慮
  - 環境適合製品への取り組み … P38
- 環境保全活動
  - 資源の有効利用 … P39
  - 化学物質管理活動 … P39
  - 地球温暖化防止への取り組み … P39

環境マネジメント

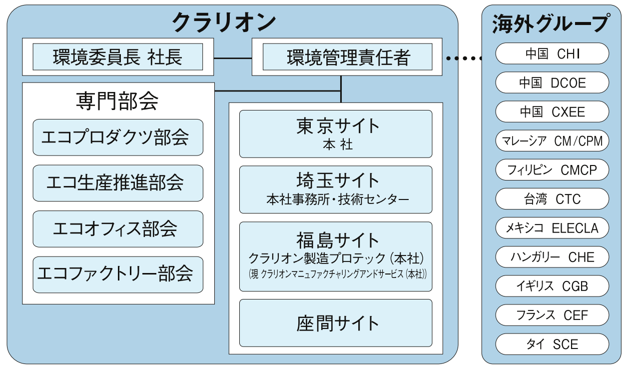
クラリオンは、人と社会と自然の調和を図り、地球の限りある資源の有効活用やエネルギーの効率的活用など、持続可能な社会をめざした企業活動を推進しています。今後も、企業理念に基づき、技術面、経済面、人材面などを結集した環境保全活動をグループ全体で推進していきます。

環境方針

クラリオンは、環境への取り組みを一段と強化するために、2008年3月に環境方針を改訂しました。この環境方針に基づき、クラリオングループで環境保全活動を推進しています。

環境推進体制

クラリオンは環境保全活動を推進するため、2000年に全社一括でISO14001の認証を取得しました。また、海外関係会社では、2008年3月末までに11拠点でISO14001の認証取得を完了しました。このように環境マネジメントシステムを構築し、グループ一体となった環境推進体制を整備しています。環境委員会や全社機能を横断する4つの専門部会を中心に活動を推進し、国内各サイトでは、環境マネジメントシステムの適切な実施・維持を把握するため、年1回の外部認証機関による定期審査と年2回の内部監査を実施しています。



教育・訓練について

クラリオンは、環境保全に対する意識を高めるため、全社員を対象に、体系的に教育を実施しています。

● 環境一般教育

環境管理部署が全社の部署長教育を実施し、その部署長が中心となって国内関係会社を含めた全社員を対象に年1回以上の教育を行っています。2007年からはeラーニングでの研修も開始して、エコマインドの浸透を図っています。

● 階層別教育

人事・環境管理部署が主催し、部署長から新入社員まで階層別に環境マネジメントシステム教育を実施しています。

● 内部環境監査員教育

外部研修機関による内部監査員研修と社内の主任内部監査員による内部監査員研修を実施しています。

● 指定業務従事者への専門教育

法規制上の有資格者や著しい環境側面に関わる業務従事者を「指定業務従事者」と位置付け、それぞれの職務に専門教育を実施しています。また、緊急事態にも速やかに対応できるよう、定期的に模擬訓練を実施しています。

環境関連法規制等の順守状況

クラリオンは、環境に関連する主要な法規制やお客様からの要求事項等をデータベース化し、全社で共有しています。それらの順守状況は毎月確認し、さらに「環境委員会」で全社の評価・確認を実施しています。また、推進部署では日常の運用において法や条例が定める基準値の逸脱、環境に関する事故、苦情、リスクを洗い出し、自主基準をもとに管理しています。

環境改善工事

環境保全活動の一環として自主的に行った土壌調査により、当社保有の土地の一部から基準値を超えるフッ素が検出されました。そこで、2007年8月～2009年8月の2年に渡り、土壌の堀削等環境改善工事を実施しました。工事後は、地下水への流出防止のため、揚水井戸と水処理施設を設け、監視測定を実施しています。また、地中壁内の地表はインターロッキングブロック等で被覆し、雨水浸透による物質の拡散を防止しました。敷地の一部は緑化してビオトープ「Clarion ECO Garden」を整備し、約700本の植樹を行い、従業員やその家族の憩いの場として、また生物多様性保全策として役立っています。さらに、来年からは桜の開花時期に合わせ、地域住民への一般開放も予定しています。

事業活動と環境負荷

クラリオンでは、国内のグループ会社を含めた環境負荷を把握し、グループ全体で環境保全活動を推進しています。また、これまでの活動にかかわる費用と投資額を把握し、環境経営評価のツールとして活用するために、環境会計を導入しています。

マテリアルフロー

クラリオンは、事業活動に伴う環境負荷について把握、分析し、環境保全活動の向上を積極的に推進しています。このマテリアルフローは、国内のクラリオングループが発生させる環境負荷をエネルギーや化学物質の使用量などのインプットデータとCO_2、廃棄物の排出量などのアウトプットデータをまとめたものです。今後も継続的に収集・分析を行うことで効果的に環境負荷を削減していきます。

INPUT

〈エネルギー〉

電力（千kWh）	17,780
都市ガス（千m^3）	19
ガソリン（kℓ）	139
LPG（m^3）	5,381
灯油（kℓ）	354
軽油（kℓ）	14
重油（kℓ）	0

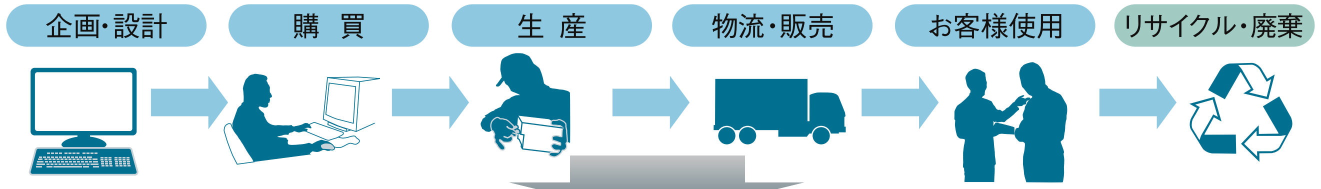
〈水資源〉

上水（千t）	46
工業用水（千t）	236
中水（千t）	8

〈原材料〉

化学物質（t）	937
はんだ（t）	17

金属部品　電気部品
樹脂部品　包装材料



OUTPUT

〈排出物〉

CO_2排出量（t-CO_2）	7,782
排水量（千t）	295

〈廃棄物〉

廃棄物排出量（t）	764
内）化学物質（t）	1
内）はんだ（t）	11
リサイクル量（t）	761
最終処分量（t）	3
リサイクル率（%）	99.6

＜対象範囲＞
● 国内の対象は下記の５サイトです。

■ **埼玉サイト**（埼玉県さいたま市）
- クラリオン株式会社本社事務所・技術センター
- クラリオンセールスアンドマーケティング株式会社
- クラリオンアソシエ株式会社

■ **東京サイト**（東京都文京区）
- クラリオン株式会社本社
- クラリオンセールスアンドマーケティング株式会社
- クラリオンアソシエ株式会社

■ **福島サイト**（福島県郡山市）
- クラリオン株式会社 郡山分室
- クラリオンマニュファクチャリングアンドサービス株式会社

■ **座間サイト**（神奈川県座間市）
- クラリオン株式会社 座間事業所

■ **水戸サイト**（茨城県ひたちなか市）
- クラリオン株式会社 水戸事業所
- クラリオンマニュファクチャリングアンドサービス株式会社

＜対象期間＞
● 対象期間は下記の通りです。

2009 年 4 月 1 日～ 2010 年 3 月 31 日

環境会計

クラリオンは、環境活動をより効率的に推進、継続的改善をしていくため2002年度から環境会計を導入。環境省の「環境会計ガイドライン」に準拠した「クラリオンの環境会計ガイドライン」に基づき、集計・公開し、2005年度から海外に対象を拡大。環境情報を積極的に公開することで、クラリオンの環境保全活動を理解していただくよう努めています。

2009年度の集計結果

● 対象期間／2009年4月1日～2010年3月31日
● 集計対象範囲／クラリオンおよび国内外関係会社
（国内5サイト、海外主要生産工場5社）

● 環境保全コスト（国内）

（百万円）

項　目	効果の主な内容	2007年度	2008年度	2009年度
事業エリア内コスト		280	86	78
上・下流コスト	グリーン調達費用・容器包装リサイクル費用など	13	1	0
管理活動コスト	認証取得・維持費用・教育費用など	210	3	15
研究開発コスト	製品・製造工程の環境負荷低減軽量化など	197	8	7
社会活動	自然保護、緑化、美化など	11	0	1
環境損傷対応コスト	土壌改善対策など	0	0	0
費用合計		711	98	101
投資合計		122	33	1

● 経済効果（国内）

（百万円）

項　目	効果の主な内容	2007年度	2008年度	2009年度
事業活動に投入する資源に関する環境保全効果	水道光熱費・コピー・EDP用紙購入など	△121	△94	55
事業活動より排出する環境負荷および廃棄物	一般・産業廃棄物処理費用など	△27	23	△2
事業活動から産出される財・サービスに関する効果	軽量化による効果など	53	67	54
輸送その他に関する保全効果	ガソリン・軽油使用量など	△5	23	△1
有価物等の売却益	有価物・廃棄物リサイクル売却益	38	9	15
合　計		△62	28	121

● 環境保全効果

効果の内容		環境保全効果を表す指標（単位）	国内 環境負荷 2007年度	国内 環境負荷 2008年度	国内 環境負荷 2009年度	国内 環境保全効果	海外5サイトを含む環境負荷 2009年度
事業エリア内コストに対応する効果	事業活動に投入する資源に関する効果	電力使用量（千kWh）	19,352	18,982	17,798	1,184	38,283
		燃料使用量（原油換算kℓ）	684	471	498	△ 27	923
	事業活動から排出する環境負荷および廃棄物に関する効果	CO_2排出量（t-CO_2）	7,822	6,843	6,709	134	25,097
		廃棄物最終処分量（t）	6	5	3	2	356
上・下流コストに対応する効果	事業活動から産出する財・サービスに関する効果	リサイクル量（t）	1,303	989	761	228	–
		リサイクル率（%）	99.6	99.5	99.6	–	–

We are Clarion

エコ生産推進部会 部会長
橋本 薫
（クラリオンマニュファクチャリングアンドサービス株式会社 グローバル生産技術部）

私は、2009年5月に中国駐在業務を終えグローバル生産技術部に帰任いたしました。本年度よりエコ生産推進部会の部会長として活動を行っております。当部会メンバーには、営業・開発・購買・品質保証・生産技術の各機能組織メンバーが参画し、クラリオン全社環境プログラム環境目標達成に向けて、新規開発製品における鉛フリー化生産の推進と、OEM納入先である自動車メーカー向け鉛フリー生産拠点としての顧客承認取得活動に取り組んでいます。

目標と実績

クラリオンでは、当社の事業活動が社会、環境と深くかかわっていることを認識し、社会、環境に優しい取り組みを推進しています。

取り組みと実績

テーマ		2009 年度目標	2009 年度実績	評価	2010 年度目標
エコプロダクツ	環境適合設計	製品アセスメントの促進	OEM製品への適応拡大	○	適応製品の拡大推進
		環境配慮製品の開発推進	エコ運転アドバイス機能導入	○	エコ運転アドバイス機能拡大
		梱包プロセスの改善	リターナブル材のトライアル導入	○	リターナブル材の使用拡大
		取扱説明書の電子媒体化	欧州 /北米市販製品で実施（日本を除く）	△	電子媒体化拡大
	規制化学物質	欧州 RoHS適用除外品切替	水銀フリーディスプレイ切替推進	○	樹脂可塑剤の削減推進
		REACH対応の体制構築	JAMAデータ収集実施	○	JAMA データ収集継続
エコファクトリー	地球温暖化防止	エネルギー使用量12%削減（郡山事業所 1990年度実績比）	23.4%減（ただし前年度比 7.5%悪化）	○	2009 年度原単位 0.5% 削減
	廃棄物削減	ゼロエミッションの維持（リサイクル率 99%以上）	リサイクル率　99.6%	○	ゼロエミッションの推進継続
エコマネジメント他	環境 ISO	環境 ISO認証維持拡大	座間事業所追加	○	環境 ISO認証維持
	環境教育	環境教育プログラムの運用	社内層別教育の実施	○	環境教育の充実
	環境情報	顧客要求充足	顧客製品環境調査回答率 100%	○	顧客製品環境調査回答率 100%
	環境保全	郡山土壌改善工事	計画通り工事完了	○	モニタリング継続
	環境社会活動	緑化推進	郡山敷地内にエコガーデン開園	○	緑化維持

We are Clarion

CMSは県および市の地球温暖化防止事業「福島議定書」、「郡山市エコオフィス」に登録しています。従業員家族へ「エコチェックシート」を配布し、日常生活で排出されるCO_2を算出することで個人の環境意識が向上しました。今年は県主催の湖美来クラブに参加し、猪苗代湖の水質保全活動に協力します。

エコファクトリー部会 部会長
清水 亮一
（クラリオンマニュファクチャリングアンドサービス株式会社 総務部）

We are Clarion

私は、国内品質保証部に在籍し、自動車メーカー、特機ユーザー等の納入/市場不具合全般の品質改善を担当しております。また、本部内の環境リーダーを担当し、納入顧客からの情報を元に、エコ推進部会を通じ、有害物質を排除した商品開発を進めております。その他、職場では『分別廃棄の厳守』をスローガンに廃棄物パトロールを定期実施し、ゴミは、『宝の山』活動を啓発し、リサイクル（エコ）推進活動を展開しております。

環境リーダー
坂井 秀男
（国内品質保証部）

製品への環境配慮

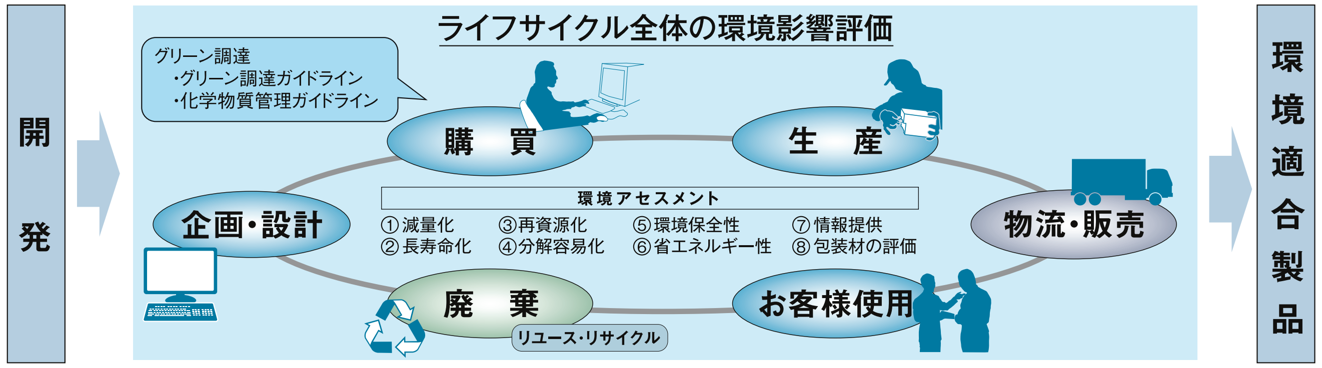
クラリオンは、環境保全の観点から環境適合製品の拡大に努めています。製品の材料・部品・製造工程・物流、お客様の使用段階、廃棄・リサイクルまでのライフサイクル全体を評価するため、自主的に定めた環境アセスメントを開発段階で実施し、その結果に基づき環境マークを表示しています。

環境適合製品への取り組み

環境適合製品の開発

クラリオンは、開発段階から自主的評価基準である設計評価8項目による環境アセスメントを実施しています。製品ライフサイクル全体を通して環境影響を評価するLCA（ライフサイクルアセスメント）へ取り組むことで、環境負荷の低減をめざした製品を開発することをめざしています。

また、欧州REACH規制等の国内外の法規制や自動車メーカーからの要求に対応できるように、原材料の調達の段階でのグリーン調達の推進等、開発段階から規制物質を排除した環境に配慮した材料・部品の採用を促進しています。



クラリオン環境マークの表示

クラリオンでは、環境配慮型製品の提供を促進するため、減量化、長寿命化、再資源化、分解容易化、環境保全性、省エネルギー性、情報提供、包装材の評価の8項目の環境アセスメントを実施しています。特に当社独自の基準を満たした市販製品は、環境配慮型製品として認定し、環境マークを表示しています。

● 環境マークが表示された製品事例

ECO Green Quality

HDDナビゲーション NX809

SDDナビゲーション NX309

エコ運転アドバイス

環境にやさしいエコな運転を楽しんでもらいたい、ゲーム感覚でエコな運転を続けて欲しい、というコンセプトで「エコ運転アドバイス」機能の開発を行いました。

開発にあたり「エコへの意識」、「世界観の演出」、「はまる演出」の3つの実現をめざしました。

具体的には、ユーザーの運転制動によって画面の木が成長したり、登場するキャラクターとの対話を通してユーザーが自分の状態を知ることができたり、分かりやすいワンポイントアドバイスや、葉っぱポイントのコレクションで長期的に楽しんでもらう仕組みなどを実現しています。

ユーザーに「エコな運転」＝「楽しいこと」と感じて継続してもらうことで、省エネや安心なドライブ、そしてCO_2排出量の削減につながればと考えています。

エコ運転アドバイスが搭載された製品事例

REACH規制への対応

クラリオンは2007年6月に発効されたREACH規制への対応を進めています。REACH規制は、欧州内で流通するほぼ全ての化学物質の安全評価を義務付け、その化学物質の情報を登録、評価することにより、化学物質が「人」や「環境」に与える影響の最小化と化学物質管理に関する企業責任を明確化することを目的としています。クラリオンではJAMAシートを使用し含有物質情報の把握を進めています。

グリーン調達の推進

クラリオンは、グリーン調達活動の推進をしています。 この活動により、製品ライフサイクルすべての段階での積極的な環境負荷低減をめざしています。さらに環境負荷の少ない物品の調達を推進するために、2010年に「グリーン調達ガイドライン」を改訂し、各種の法規制や業界の基準に適合した製品づくりを取引先企業と協力して推進しています。

環境保全活動

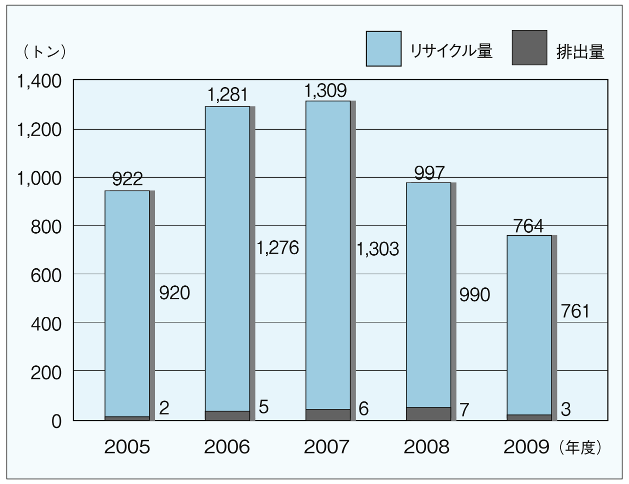
**クラリオンは、廃棄物削減活動、化学物質管理活動、地球温暖化防止活動など
さまざまな環境保全活動を通して、事業活動に伴う環境負荷の低減に積極的に取り組み、
社会の一員としての責任を果たしていきます。**

資源の有効利用

クラリオンは循環型社会の構築のため、事業活動から発生する廃棄物の総排出量の削減に加えて、リサイクル活動を推進しています。当社では、ゼロエミッションの定義を「サイトからの廃棄物を99%以上リサイクルなどをし、最終処分量を1%未満とする」と決め、取り組みを進めています。リデュース、リユース、リサイクルに加え、リフューズ、リターンの5Rを推進し、ゼロエミッション活動を展開しています。また、製造プロセスの改善や排出物を分解することにより、不法処理のリスクを低減し、マテリアルリサイクルを推進しています。

2009年度は廃棄物分別状況のパトロール、教育・啓発の推進や有価物の拡大等により、排出物の99.6%がリサイクルされました。さらに、生産工場の集約化（水戸事業所の郡山生産移管）に依り、廃棄物排出量を削減しました。より高度のリサイクル化や製品への再資源化技術を推進し、さらなる環境負荷低減に取組んでいきます。

● 廃棄物排出量・リサイクル量

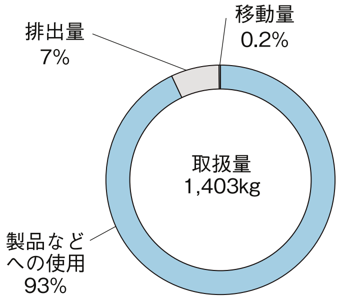


化学物質管理活動

クラリオンでは、環境汚染リスクの低減や法規制順守を目的に、教育・啓発活動を通じた化学物質管理を徹底しています。また、生産で使用する化学物質排出量の削減に、可能な限り努めるとともに、環境負荷の少ない化学物質への切り替えを積極的に進めています。現在、使用量・排出量の多いはんだ、廃油、VOC（揮発性有機化合物）対象物質を中心に活動を進めています。

PRTR法対象化学物質の対応

クラリオンでは、PRTR法（化学物質排出把握管理促進法）の報告義務以下の少量の化学物質であっても、その使用量や排出量を把握するシステムを運用しています。2009年度はクラリオンの国内事業所全体でPRTR法対象化学物質の全取扱量が1.4トンありましたが、取扱量が報告義務以下のため届出対象となるものはありませんでした。PRTR法の対象とならない化学物質についても、その使用量・排出量を管理し、削減に取り組んでいます。



地球温暖化防止への取り組み

クラリオンは、地球温暖化防止の取り組みとして、全社の省エネルギー活動の中で、特に電力使用量および燃料使用量の削減を推進し、CO_2排出量の低減を図っています。さらに、環境を重視した効率的な輸送にも積極的に取り組むとともに、製品におけるCO_2排出量の削減活動の取り組みを検討し、地球温暖化防止に貢献しています。

We are Clarion

昨年度は、エコファクトリー部会長として工場の環境活動に取り組みました。『お買い物　安いの求めて　エコバッグ』といったエコ川柳募集など啓発活動も行いました。今年は、エコオフィス部会長として事業活動による環境負荷を減らすべく新たな環境活動に取り組みたいと考えております。

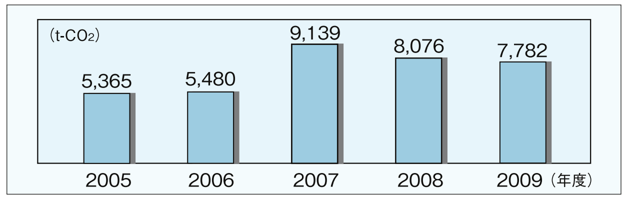
エコオフィス部会 部会長
鮒澤 栄
（人事総務部）

CO_2排出量の削減活動

日立グループでは、国内で2010年度にCO_2総排出量を12%削減（1990年度比）、または生産高CO_2原単位25%削減という2つの削減目標を掲げて活動しています。クラリオングループが2009年度に使用した全エネルギーをCO_2排出量に換算すると、7,782t-CO_2でした。2007年度より旧ザナヴィ・インフォマティクスの排出量を加えているため2006年度以前に比べ排出量は増加しています。2008年度、2009年度は、景気の影響を受けてCO_2の排出量が変動しました。

今後は、生産プロセスの見直しや省エネ機器の導入、作業環境の地道な改善活動により、削減をより推進していきます。

● CO_2排出量（全エネルギー）



2007年8月からクラリオングループの拠点として、環境と省エネに配慮した新社屋が稼動しました。躯体蓄熱空調方式をはじめ自然通風システムやセンサーによる自動調光システムなど、省エネ設備の積極的な導入を図っています。また、マイカー通勤を原則禁止とし、公共交通手段利用に変更しました。これによる副次的な効果として、CO_2排出量が約124t-CO_2削減されたことになります。

（出典：ECCJ（財）省エネルギーセンター）

CO_2クレジット（排出権）の利用

CO_2クレジット付国際航空輸送サービスを利用することにより、新たな環境配慮への取り組みを行っています。国際航空輸送サービスの利用に併せて京都メカニズムに基づくCO_2クレジットを調達し、日本政府の償却口座へ移転・償却するものです。

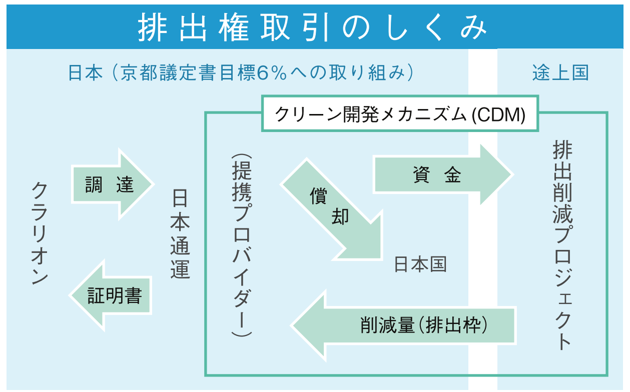
We are Clarion

エコプロダクツ部会の主な活動内容は、各種環境規制に準拠した設計（環境適合設計）を進める為の調査、基準立案、また設計的な見地でのCO_2削減活動などです。ECO貢献活動は近年最もホットな話題の一つですので、当部会の活動を通じて全社取り組みに寄与したく考えます。

エコプロダクツ部会 部会長
平林 條二
（構造設計部）

また、CO_2クレジットの調達により調達元のプロジェクトであるインド・カルナタカ州の社会インフラにも間接的に貢献したことにもなります。

※CO_2クレジットの調達および日本政府の償却口座への移転・償却は日本通運のエコツウAWBを利用



タイプ:京都メカニズムクレジット/CER
プロジェクト:インド・カルナタカ州風力発電プロジェクト
[NSL27.65MW]Wind Power Project in Karnataka,INDIA
国連CDM理事会
登録番号:0998

物流におけるCO_2排出量の削減

クラリオンでは、物流におけるCO_2の削減のため、以下の活動に取り組んでいます。

1. モーダルシフトの推進

トラック輸送は環境への影響が大きく、大気汚染等の問題が考えられます。遠距離トラック輸送については、カーメーカーと共同で鉄道・海運輸送に転換する等のモーダルシフトを推進しています。

2. 積載率の改善

1ケース当たりの入数を増やしたり、個装カートン梱包からパレット梱包へ変更する等の荷姿改善活動に取り組み、コンテナへの積載率改善を図っています。また、日々の物量情報を収集し、トラックの車種手配（4t車・10t車）をフレキシブルに行い、トラックの高積載化を図っています。

3. コンテナ・ラウンドユースの推進

輸入貨物を降ろした後に空のまま返却されていたコンテナを、同地域向けの輸出貨物の輸送に転用して、往復輸送することによりCO_2排出量の削減を図っています。

4. 巡回集荷（ミルクラン）と共同輸送の推進

各々の企業が個別に輸送すると、環境への影響が大きくなります。そのため、他企業と連携し、巡回集荷（ミルクラン）や共同輸送に積極的に取り組んでいます。

5. 廃棄ストレッチフィルム・廃棄ダンボールの低減

入出荷作業において大量に発生するストレッチフィルムの廃棄物を専用圧縮機使用により、ゴミ排出量を削減しています。使用済みダンボールについても専用機にて短冊状に裁断し、梱包緩衝材として再利用しています。また、カーメーカー納入向け「通い箱」の防塵用ダンボールの蓋をダンプラ（プラスチック製ダンボール）に変更して繰り返し使用し、廃棄ダンボールの低減を図っています。

「クラリオンレポート 2010」第三者意見

一橋大学大学院商学研究科　教授
伊藤 邦雄

クラリオン株式会社の2010年度のCSRレポートの特徴は、株主・投資家、顧客、地域社会・住民、取引先、従業員というステークホルダーにバランスのとれた目配りをし、かつ一貫した活動を行っていることが要領よく映し出されていることである。それを根幹で支えているのが、「音と情報と人間のより良きつながりを追求し、価値ある商品を生みだす」という基本理念へのこだわりである。

企業の活動は時にぶれる。それは企業理念がまるで額縁の中に納まり、社員の意識の中に根付いていないことに起因する。この点で、クラリオンのCSR活動は一貫性があり、ぶれていない。

ハイブリッド車や電気自動車が主流となりつつある現代では、車載情報端末の果たす役割はきわめて大きい。エネルギーフローの情報をはじめ、従来車にはなかった情報の表示やさまざまな制御が、車載情報端末に期待される。その意味で、これからの車作りの中心的な部分を車載情報端末が担うことになる。

経営学の大家ピーター・ドラッカーはその著書で、企業の社会的責任に警鐘を鳴らしている。彼は、3つの原則を提示する。第1に、組織は社会や人間に良くも悪くも影響を与えるため、悪影響を可能な限り限定すること(影響予測原則)。第2に自らのもたらす影響を事前に予測し、好ましからぬ副産物に対し予防措置を取ること(影響予防原則)。そして第3に、悪影響への対策を含め、社会のニーズを自らの機会として捉えること(事業機会原則)。そもそも社会のニーズや要求を満たすことを通して業績に転換することこそ、企業の倫理的責任である。今日の自動車産業における安全性や環境汚染への対応は、この原則の正当性を雄弁に物語っている。

これら3つの側面に照らして、同社の環境問題への取り組みを見てみると、同社が導入しているマテリアルフローや環境会計は、影響の「見える化」を通して「影響予測」に資するものであり、かつそれを「予防する」ことにつながる。同社の主力製品である車載用ナビゲーションはさまざまな活用により、地球環境の改善に貢献するものと期待される(事業機会原則)。

昨今の海外における日本のカーメーカーのトラブルに鑑みても、コンプライアンスの遵守やリスク管理の重要性は強調してもしすぎることはない。クラリオンのコンプライアンス監査やリスク管理体制はしかるべき水準に達しているが、今後ともよりレベルアップを図っていただきたい。

地球環境問題はますます深刻化しつつある。同社の磨きぬかれた技術力により、そしてより進化したCSR経営を通して、世界中に「一人でも多くのクラリオンのファン」を創造していただきたい。

clarion　Human Mobile Music Media Interface　Clarion HMI

● **編集方針**
クラリオンレポートは、「会社概況」と「CSRレポート」で構成されております。クラリオンの「企業力」をお伝えするとともに、クラリオンのCSR(企業の社会的責任)に対する取り組みをわかりやすく報告することを目的に編集しています。

● **報告対象範囲**
クラリオン株式会社および国内・海外連結子会社

● **報告対象期間**
2009年度(2009年4月1日から2010年3月31日)の実績。一部に2010年度の事象も含めています。

● **次回発行予定**
2011年

◎ **このレポートの内容は、インターネットでもご覧になれます。**
＜ URL ＞ http://www.clarion.com/jp/ja/company/effort/index.html

◎ 編集委員
(クラリオンレポート2010編集プロジェクト)
愛知 正人、上野 誠司、上原 章子、遠藤 泰義、岡崎 直子、金澤 敦子、志儀 直子、野波 伸壽、藤枝 照久、山崎 敏夫、吉田 綾子
(五十音順)

◎ お問合せ先
クラリオン株式会社 本社事務所
TEL: 048−601−3700(代表)
■ 会社概況については、広報室
■ CSRレポートについては、CSR推進室